

OVERVIEW TV

---

2014

Chile

---

**AAM**

Asociación Chilena  
de Agencias de Medios AG

# CONTENIDO

---

<b>El complejo año de la TV Chilena</b>	
Millones & rating	3
Los mil y un puntos de rating	5
<b>5 Hitos televisivos 2014</b>	6
<b>Análisis audiencias TV</b>	
Day parts referencia	13
Curvas Audiencias Total Hogares	14
Curvas Audiencias Adultos	20
Curvas Audiencias Mujeres	26
Curvas Audiencias Hombres	32
Curvas Audiencias Jóvenes	36
<b>POV</b>	44
<b>Coming soon TV</b>	46



# & millones RATING

## 2014 El complejo año de la TV chilena

La temporada 2014 televisiva será recordada en la industria como una de crisis, para la mayoría de los canales, y una de fenómeno, para el reestructurado Mega.

El segundo semestre terminó por definir la tendencia: Mega se consagró como victorioso desde las 20 horas hasta la medianoche, con ratings que rondaron los 30 puntos. Mientras Chilevisión simplemente se salió de la pelea y optó por pocos estrenos, Canal 13 y TVN siguieron batallando, aunque perdiendo de manera inapelable con sus ficciones nocturnas y vespertinas. De hecho, hubo consecuencias concretas: mientras la señal de Luksic movió su teleserie Valió la pena a otro horario, se estima una determinación similar en TVN. En tanto, ambas áreas dramáticas sufren reestructuraciones. Y es que una teleserie con menos de 10 puntos no se financia en lo económico, según apuntan distintas fuentes de la industria, lo que además afecta al noticiero central. En la televisión, cada punto de rating se cobra a los avisadores, a quienes se les promete un piso de audiencia. No todos los canales cobran lo mismo por su sintonía: si Canal 13 y TVN necesitan alrededor de 15 puntos en el prime para salir a flote, CHV y Mega requieren cifras mayores.

Así, la pelea de la televisión chilena se ha vuelto particularmente competitiva. Hay siete canales rivalizando y cuatro de ellos se van turnando el primer lugar de audiencia. En comparación, un país como Colombia, que cuenta con una inversión publicitaria televisiva similar, de US\$550 millones al año, tiene sólo dos grandes canales batallando.

La realidad para las señales se vuelve más compleja este año, con una desaceleración económica que hace que la inversión en publicidad haya bajado un 5,5% en comparación al período anterior.

En un desglose mayor de esa caída, si bien TVN vio una baja del 3,8%, la inversión publicitaria de Canal 13 ha descendido 13,9%, Chilevisión 14,4% y La Red 13%. El único que ha visto un incremento es Mega, con un 23,5%. Según los estados financieros publicados por la Superintendencia de Valores y Seguros, hasta junio, Mega y TVN fueron las únicas televisoras sin pérdidas en los últimos meses.

El canal estatal, que entre junio y julio cambió de director ejecutivo, no ha podido estabilizar su abatida área dramática, primero con la partida de María Eugenia Rencoret y luego con el despido de Álex Bowen. Y fueron justamente las teleseries del primer semestre las que llevaron al canal a estar en el primer lugar, con ganancias por \$1.307 millones. En la actualidad, TVN está, desde agosto, en el cuarto lugar (la sintonía ha sido baja con Caleta del sol y No abras la puerta), y por primera vez en casi un año, su noticiero central también se ve afectado.

La señal del Grupo Bethia, por su parte, consiguió utilidades superiores a los \$555 millones, según lo informado a la SVS. Sin embargo, han hecho grandes inversiones, como los US\$106 millones que desembolsó para adjudicarse los derechos de los partidos de la Selección chilena.

{ Mientras que un canal tiene un **suceso** de rating, las otras señales enfrentaron una crisis de audiencia. }



# & millones RATING

2014

## El complejo año de la TV chilena

La Red, CHV y Canal 13, en tanto, tienen números rojos, con la estación católica como la de peor desempeño, con una pérdida cercana a los \$5.832 millones. CHV, por su parte, ha debido enfrentar el retraso de la construcción de su “ciudad televisiva” en Machasa. La señal esperaba estar fuera de Inés Matte Urrejola 0890 el primer trimestre del año, por lo que vendió sus históricos terrenos a Canal 13. Sin embargo, los plazos no se cumplieron, y luego del pago de una multa, ambas firmas llegaron a un acuerdo para prorrogar la permanencia de CHV. Lo antes mencionado, sumado al esquivo rating conseguido con sus últimas apuestas, como Las dos Carolinas, Locos por el Mundial, Ha llegado carta y Dime que sí, se traduce en pérdidas que bordean los \$4.753 millones.

Y La Red, el canal que el año pasado se instaló en su nuevo edificio de Macul tras una inversión de US\$15 millones, registró casi \$1.152 millones en contra.

## Las parrillas

Desde que Las mil y una noches logró posicionarse como lo más visto del horario prime, sin bajar de los 27 puntos, el escenario comenzó a complicarse para las producciones nacionales. La teleserie turca llegó a Mega con un valor levemente inferior a los \$2 millones por capítulo. A eso, además, hay que sumarle los costos del doblaje hecho en Chile, el que bordearía el millón 120 mil pesos. Aún así, el valor total es muy bajo en comparación a una telenovela hecha en Chile.

Luego, en Mega potenciaron el buen momento agregando a la parrilla la segunda apuesta turca: ¿Qué culpa tiene Fatmagül?. El éxito fue inmediato. Según fuentes ligadas a la señal, alrededor de tres millones 500 mil pesos cuesta una publicidad de 30 segundos emitida durante las horas que ambas ficciones están al aire.

Al hacer la comparación con las apuestas chilenas, como No abras la puerta, Chipe libre y Pituca sin lucas, los costos varían bastante, ya que cada capítulo de una teleserie nacional tiene un valor promedio de \$30 millones, y en el caso de grabar en exteriores, fuera de Santiago, tener un elenco muy numeroso o necesitar vestuario especial, la cifra puede llegar hasta \$50 millones. Producir una temporada completa de Los 80, por ejemplo, tiene un valor cercano a los \$850 millones.

Actualmente, Sudamerican rockers, de CHV, es la producción más costosa hecha en Chile, debido a que cada capítulo cuesta \$230 millones. En el caso de los estelares, los montos parten en \$50 millones. Esa alta cifra crece aún más cuando en cada programa están presentes invitados especiales, como rostros o artistas internacionales. Sin embargo, existen espacios que han logrado salir al aire con una producción que bordea los \$25 millones por episodio, acotando lo máximo posible el equipo.

## Los mil y un puntos de rating

Tras más 10 meses al aire en Mega, la teleserie que inició el fenómeno de las producciones turcas, Las Mil y Una Noches, terminó con un capítulo de gran audiencia.

De acuerdo a datos otorgados por la estación, el episodio final de la teleserie lideró el rating, marcando un promedio de 30,1 puntos, entre las 22:45 y las 23:24 de la noche, con un peak de 32. En ese mismo horario, Canal 13 obtuvo 13,1 puntos; CHV marcó 5,9 y TVN, 4,7 puntos.

## El adiós de #LasMilYUnaNoches en redes sociales



Desde su estreno el 3 de marzo la teleserie marcó más de 28 puntos de rating promedio en sus 179 episodios, el más visto de ellos el 14 de diciembre, con un promedio de 35,4 puntos y un peak de 38,7



# HITOS televisivos



# hitos TV 5

## Fenómeno Turco

El resto de las estaciones tuvieron que hacer frente al fenómeno como pudieron, siendo las producciones nocturnas nacionales las más perjudicadas. *Secretos en el jardín* de Canal 13, fue una de ellas, y a pesar que contaba con bastantes seguidores en las redes sociales, no logró competir con la historia de amor de Onur y Sherezade, promediando sólo 11 puntos.

Un poco de mejor suerte tuvo **Vuelve Temprano de TVN**, si bien nunca pudo derrotar al espacio extranjero, sí dio la pelea quedándose con el segundo puesto y despertando la curiosidad en el público, quienes estaban interesados en saber quién había matado a Ignacio Goycolea. Recordemos eso sí, que el final de la teleserie no estuvo alejado de la polémica debido a que muchos televidentes desaprobaban el desenlace al cual calificaron como “aburrido” y “decepcionante”.

Durante el segundo semestre la situación empeoró tras el estreno de *Chipe Libre* del 13 y *No abras la puerta* del canal público. Aunque aún se encuentran en medio de sus emisiones, las teleseries no han podido superar los 11 puntos de rating.

Por su parte *Las mil y una noches*, dio paso también a ¿Qué culpa tiene Fatmagul?. Ambas producciones lideraron el horario prime, aunque no se libraron de las críticas debido al alargue hecho por la estación privada y los constantes cambios de horario.



## El revés de las Teleseries Vespertinas

Aunque TVN y Canal 13 pensaban que este año podrían revitalizar el horario de las 20 horas, se toparon con un fenómeno que dejó que sus planes siguieran adelante. La aparición de la renovada área dramática de Mega en agosto, dejó a las televisoras en una situación muy delicada.

Durante todo el primer semestre, el canal estatal logró mantenerse a la cabeza en la tarde gracias a *El amor lo manejo yo*, la cual logró vencer a *Las dos Carolinas* de Chilevisión y a *Mama Mechona* de Canal 13. Esta derrota fue bastante dura para el canal de Luksic debido a que habían puesto sus esperanzas y expectativas en la producción que también marcaba el regreso de Sigrid Alegría a la ex estación católica, quienes incluso lograron que la actriz se convirtiera en la Reina del Festival de Viña de Mar.

Pero durante el segundo semestre la aparición de ***Pituca sin Lucas*** cambiaría todo el escenario. La apuesta de Mega se convirtió en el líder indiscutido de las 20 horas y sus personajes comenzaron a quedarse con el cariño del público, especialmente, en las redes sociales (¿quién no ha visto un meme de “la Lita Achondo”?).

En tanto, los pésimos resultados de *Valió la Pena* de Canal 13 provocaron que la estación decidiera de cambiar de horario la teleserie, estrategia repetida por TVN con *Caleta del Sol*. Ambas producciones pasaron a formar parte de la lista de los espacios dramáticos menos vistos en la televisión chilena.



hitos  
TV5

## Realitys: el género duro de matar

El reality es un género que se niega a morir, a pesar de sus diferentes resultados. El año comenzó bastante mal para este tipo programa con el rotundo fracaso que tuvo **Padres Lejanos** de Chilevisión, conducido por Francisca García-Huidobro. El espacio que buscaba restablecer relaciones entre padres e hijos fue estrenado el 14 de enero, aunque fue sacado de pantalla en febrero, a poco más de un mes de su debut.

Algo similar ocurrió con Canal 13, líder indiscutido hasta ese momento en términos de reality. Generaciones Cruzadas que tuvo como rostros oficiales a Sergio Lagos y Dominique Gallegos, no lograron convencer al público llegando a promediar sólo 11,9 puntos de rating.

La única excepción del 2014 fue Amor a Prueba de Mega, el cual ha logrado mantener un buen nivel de sintonía a pesar de la competencia que está teniendo en estos días con El Sultán y Masterchef.



# hitos TV5

## Cambios Matinales

Todo puede cambiar en cuestión de meses, y eso ocurrió con **Mucho Gusto de Mega**. El matinal de Luis Jara y Katherine Salozny comenzó el año en cuarto lugar, pero poco a poco comenzó a subir hasta llegar a liderar la mañana.

Un año un poco diferente tuvo Bienvenidos de Canal 13, si bien se ubica en el segundo puesto, no tuvo que enfrentar importantes bajas en su audiencia, aunque lograron repuntar, especialmente gracias al excelente año que tuvo Tonka Tomicic, quien impactó con una imitación de Jennifer López, sorprendió con la animación del sorteo de la Copa América e incluso entrevistó al galán del momento en Turquía, Halit Ergenç –más conocido en Chile como Onur.

No tan bien le fue a Buenos Días a Todos y La mañana de Chilevisión, quienes se quedaron con el tercer y cuarto puesto.



# hitos TV 5

## Programas de cocina

Hace algunos años tuvimos el boom de los programas de imitadores, sin embargo, hoy la televisión chilena fue conquistada por la cocina. TVN y Canal 13 importaron dos exitosos formatos extranjeros de cocina y lograron adecuarlo a la idiosincrasia nacional con bastante éxito.

Mientras en **Top Chef** de la estación pública competían profesionales, en **Masterchef** del ex canal católico, son personajes amateurs quienes han logrado quedarse con el cariño del público.

Este último espacio es uno de los más vistos de la televisora, y sus personajes se han convertido en figuras destacadas por la audiencia e inspiraciones para cientos de memes semanales.

Debemos hacer mención especial a la popular “abuelita Eliana”, cuya participación ha despertado bastantes comentarios positivos y negativos que le dieron al programa un plus

## Análisis audiencias TV

El contenido de este informe corresponde al comportamiento de las audiencias del último año, su fin es graficar las tendencias que muestra la parrilla programática de televisión, como también revisar de forma ampliada el comportamiento histórico. Se evalúa el día completo, off y el prime time.

## Targets Evaluados

Total Hogares

Adultos HM 18+

Mujeres ABCD 25+

Hombres ABCD 25+

Jóvenes HM 18/34 ABCD

## Day Part

Los bloques utilizados como referencia agrupan los principales horarios de audiencia.

Bloque Día 06.30 a 02.00

Bloque Off 06.30 a 19.59

Teleseries 20.00 a 21.00

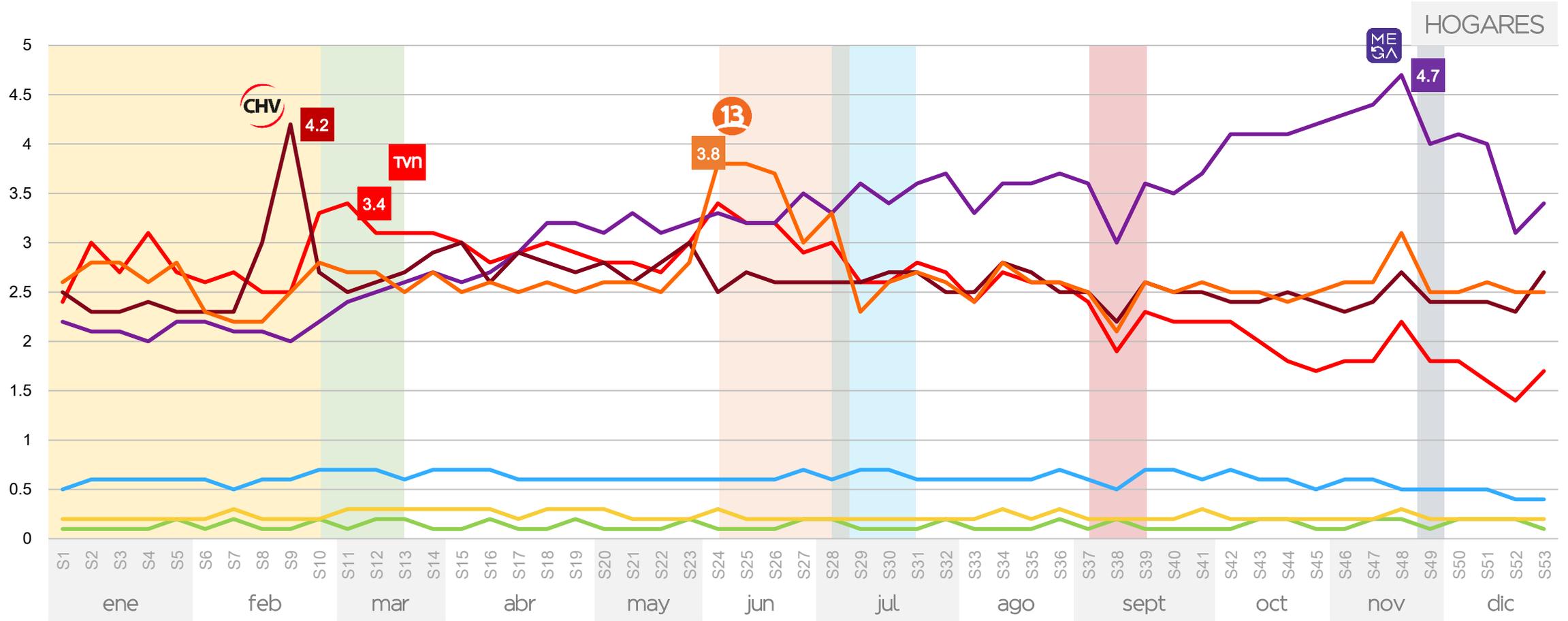
Noticias 21.00 a 22.29

Prime 22.30 a 01.00

# TOTAL hogares

# Rating promedio día

Día desde las 06.30 a 02.00 hrs

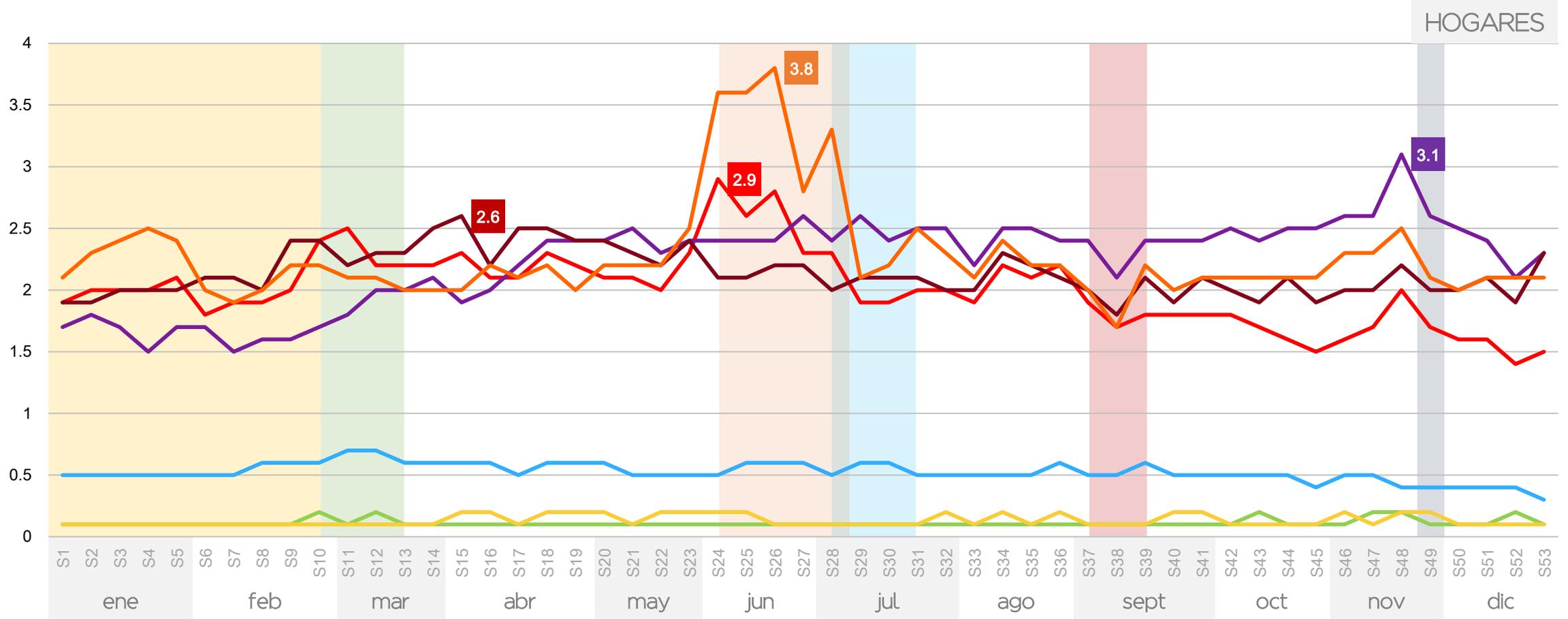


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Off

Día desde las 06.30 a 19:59 hrs

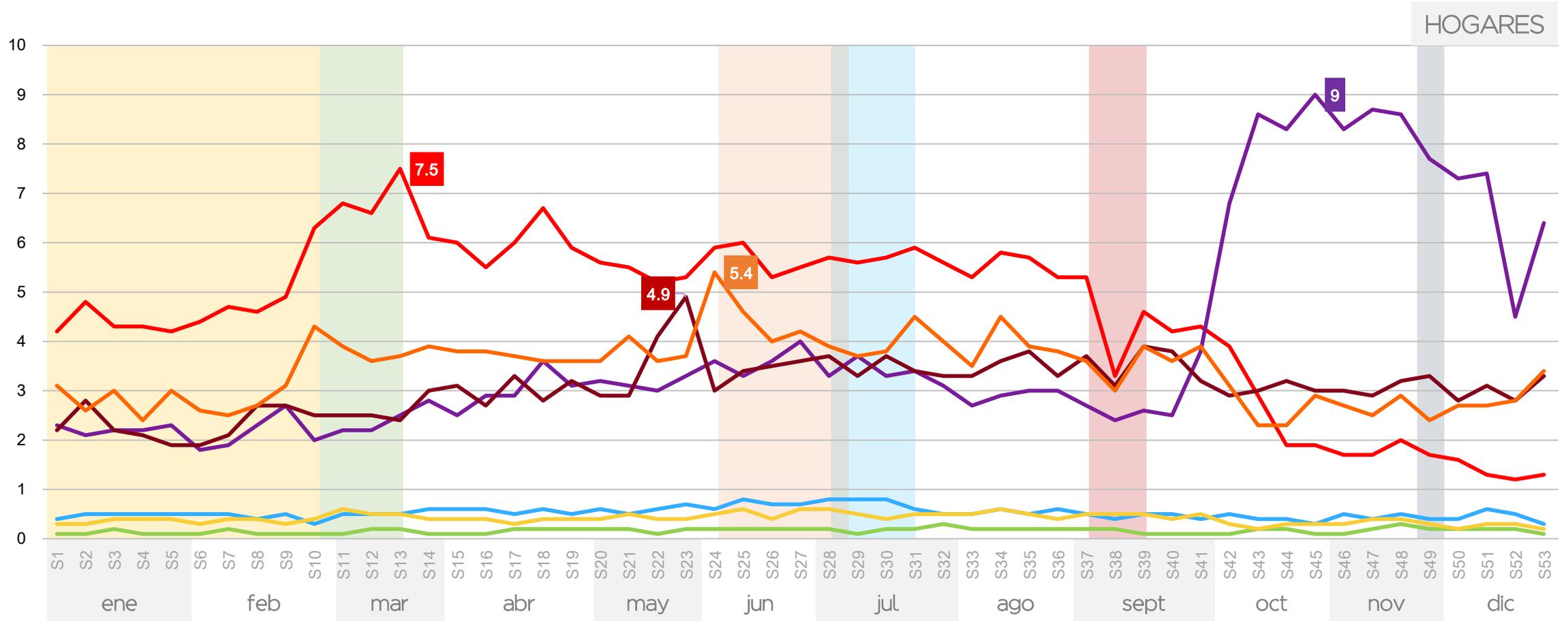


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

■ Verano, Festivales y eventos turísticos ■ FIFA World Cup 2014, Brasil ■ Fiestas Patrias Chile  
 ■ Lanzamientos teleseries vespertinas ■ Vacaciones / Break Invierno ■ Teletón 2014

# Rating bloque Teleseries

Día desde las 20.00 a 21.00 hrs

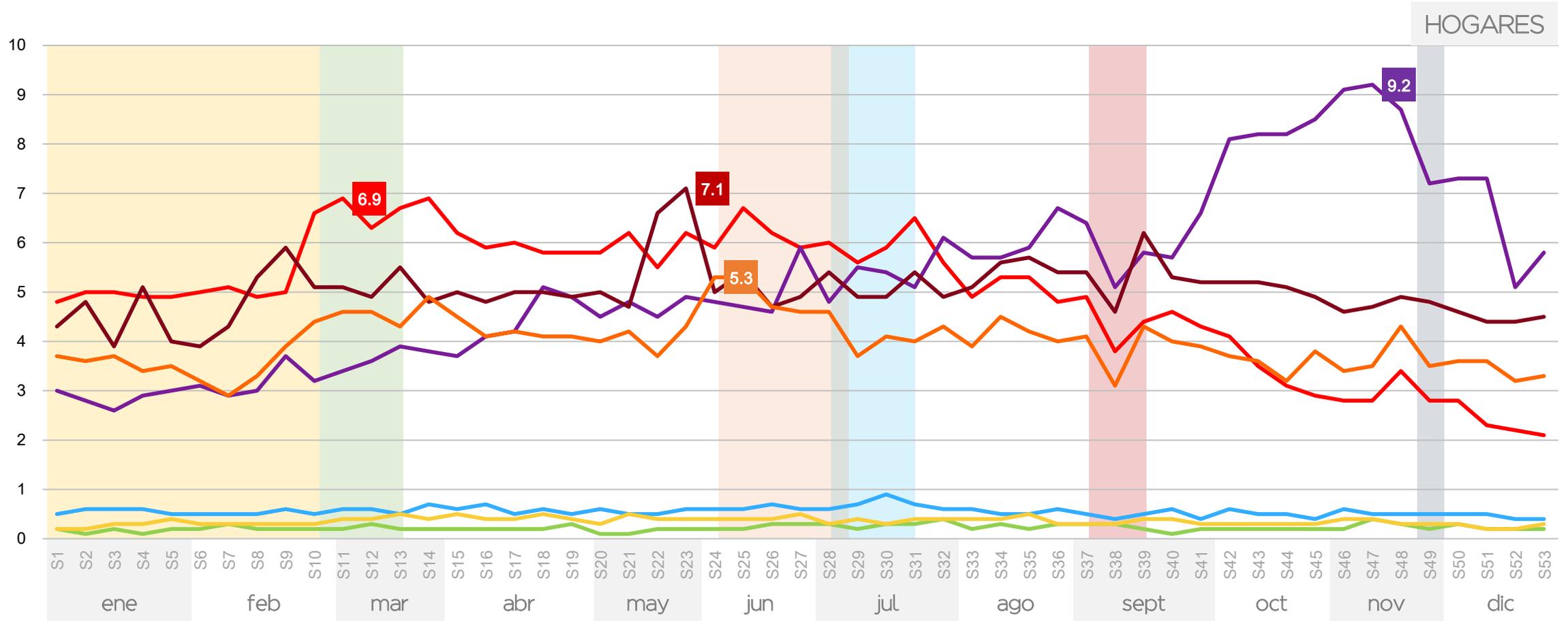


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile
   
 Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

# Rating bloque Noticias

Día desde las 21.00 a 22.29 hrs

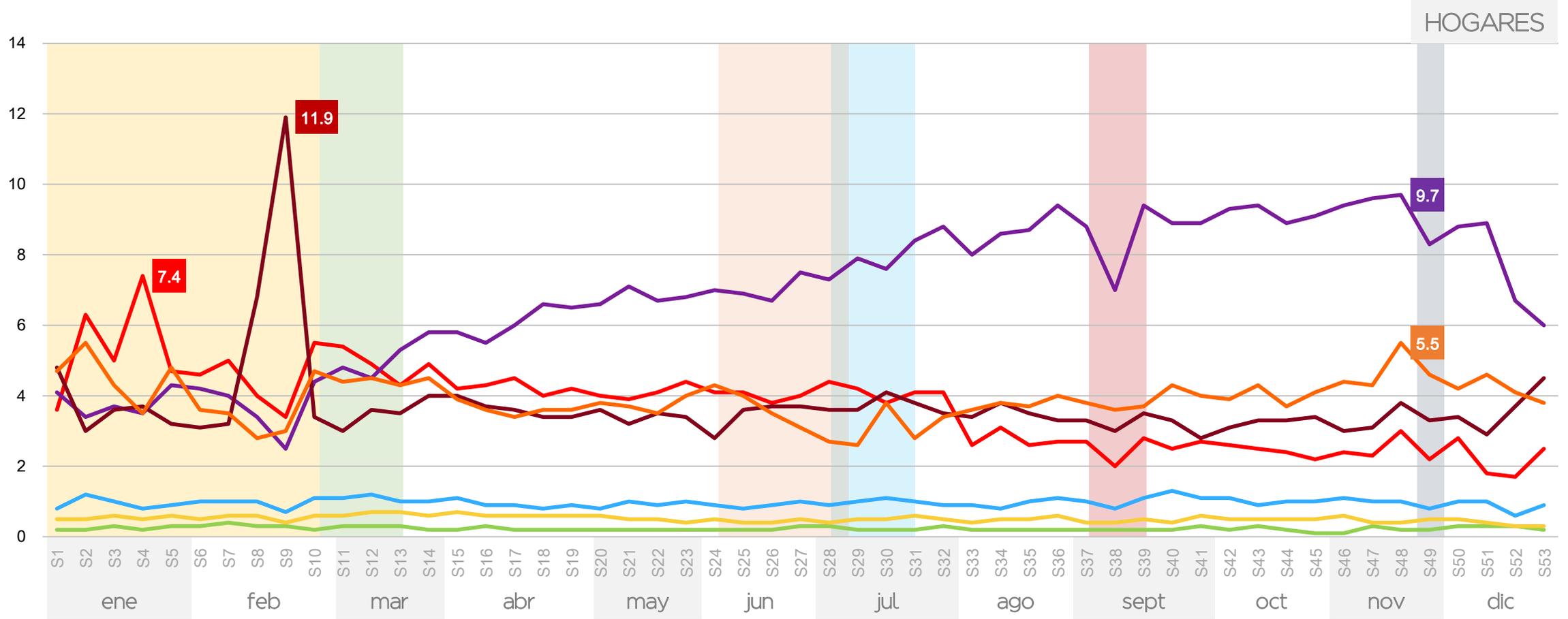


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Prime

Día desde las 22.30 a 01.00 hrs



● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

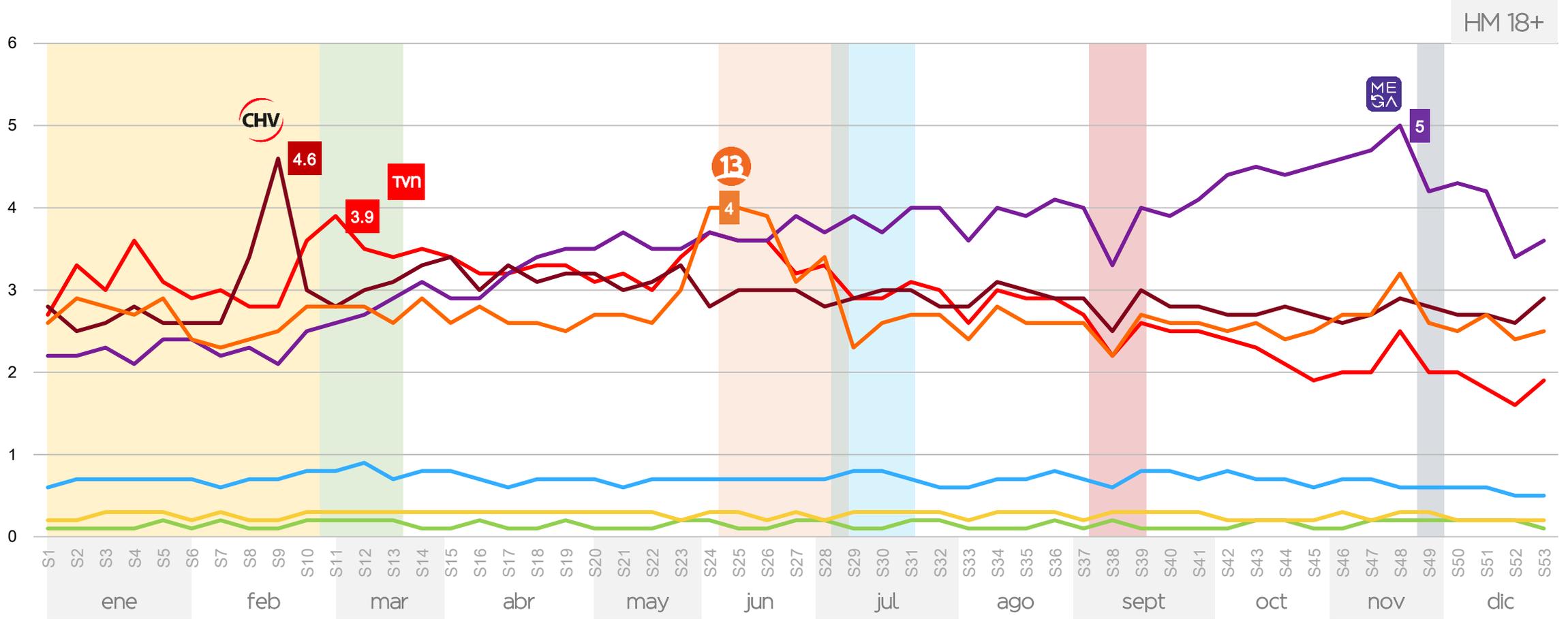
Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014



**ADULTOS** HM 18+

# Rating promedio día

Día desde las 06.30 a 02.00 hrs

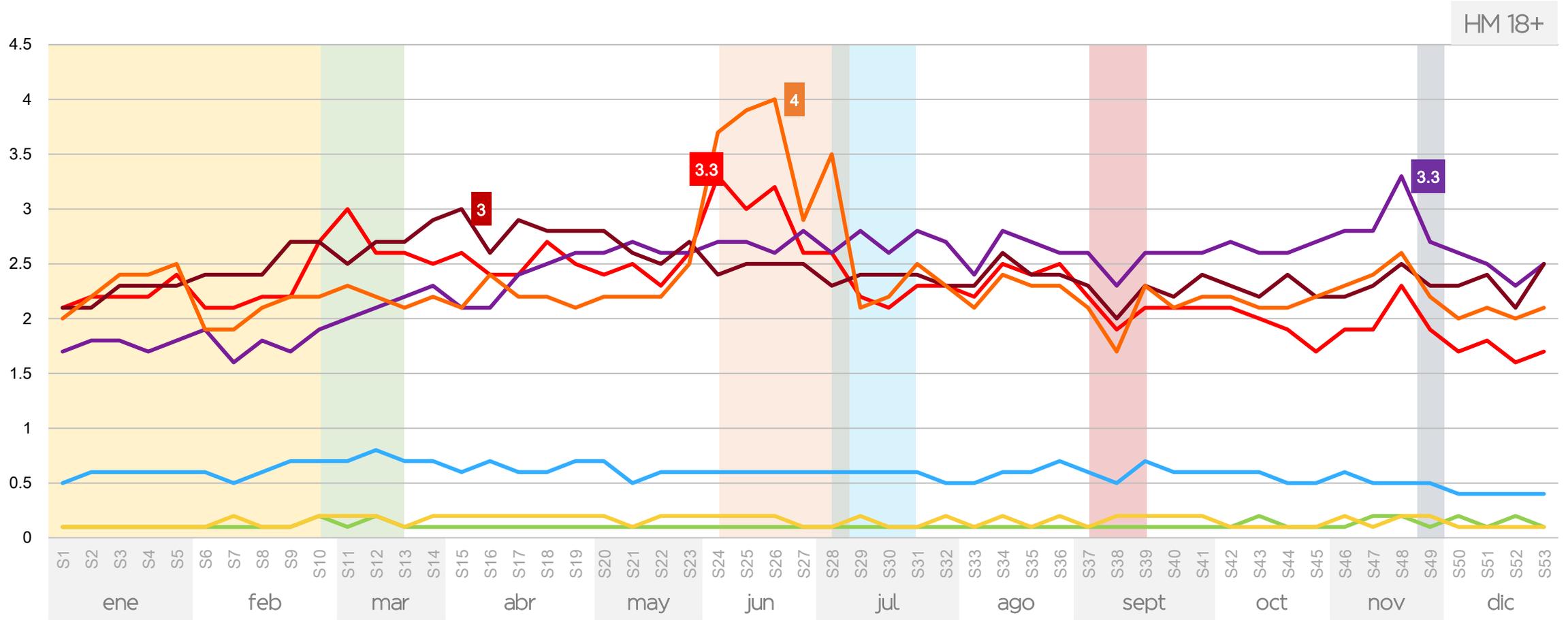


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Off

Día desde las 06.30 a 19:59 hrs



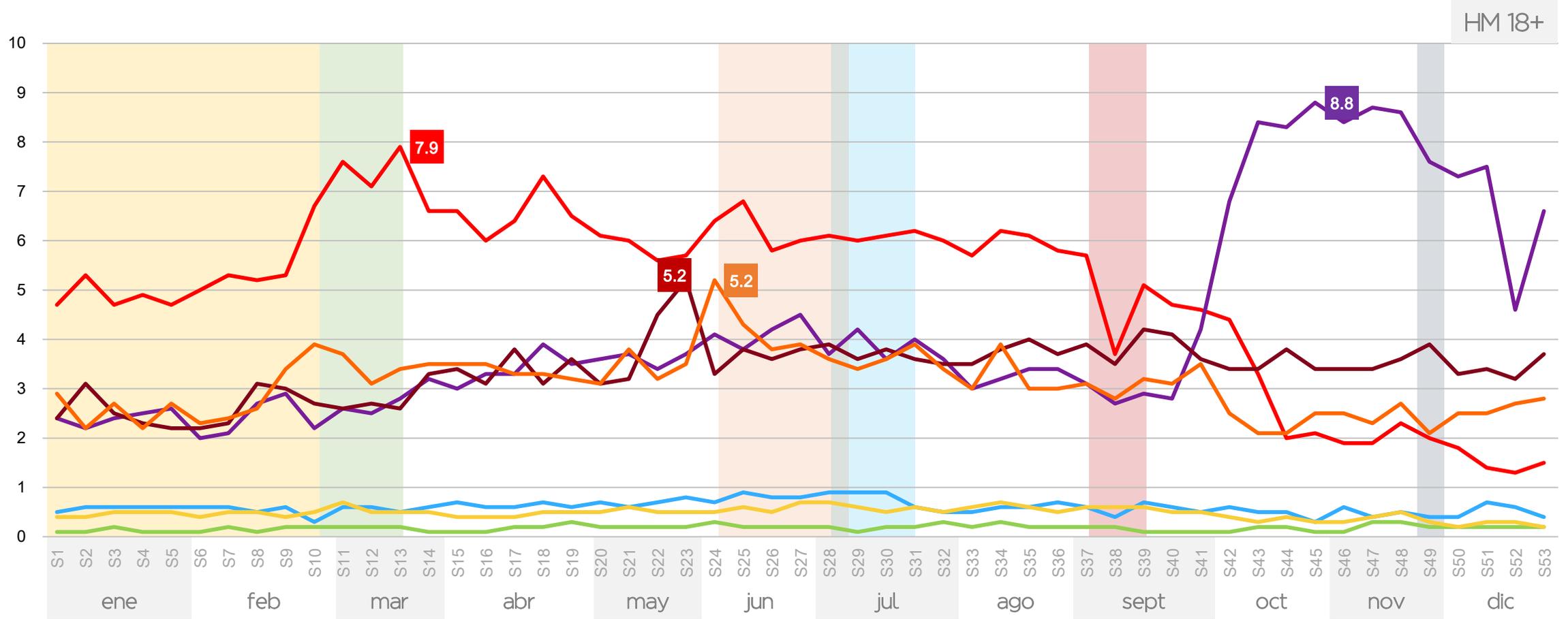
● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

# Rating bloque Teleseries

Día desde las 20.00 a 21.00 hrs

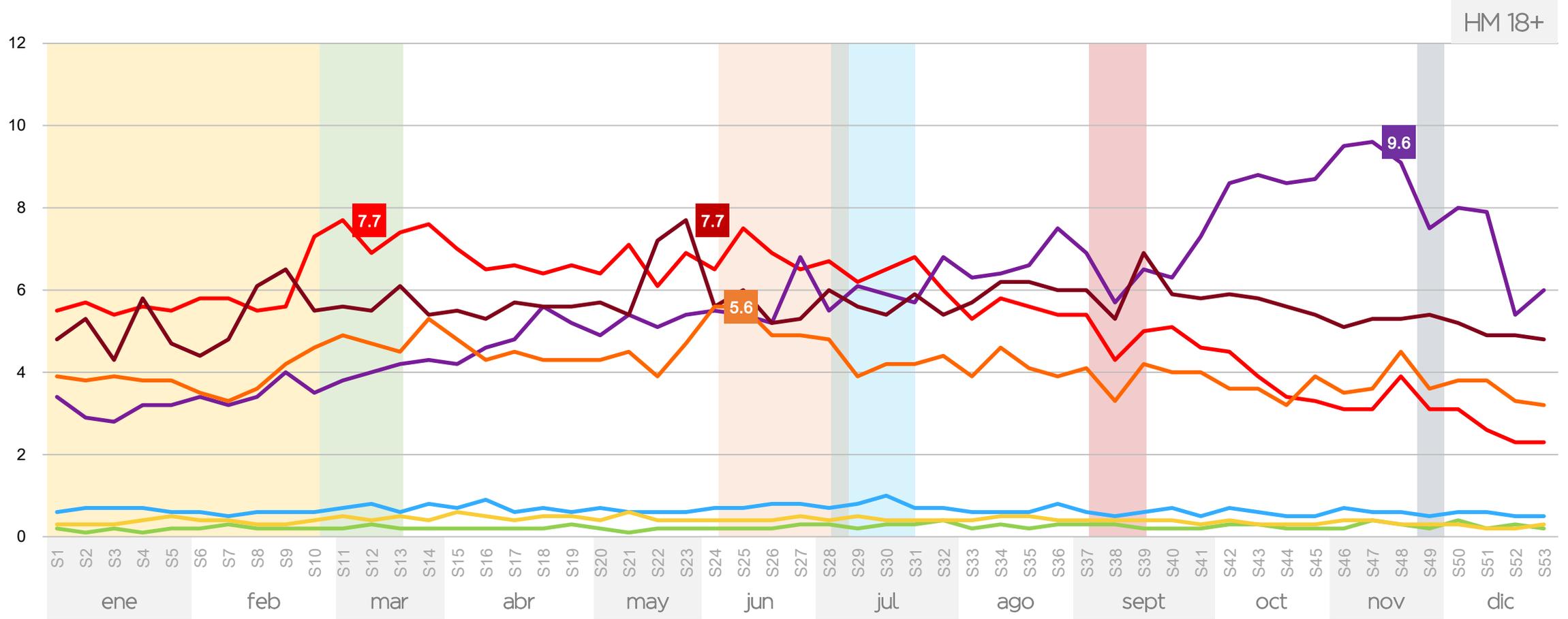


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Noticias

Día desde las 21.00 a 22.29 hrs



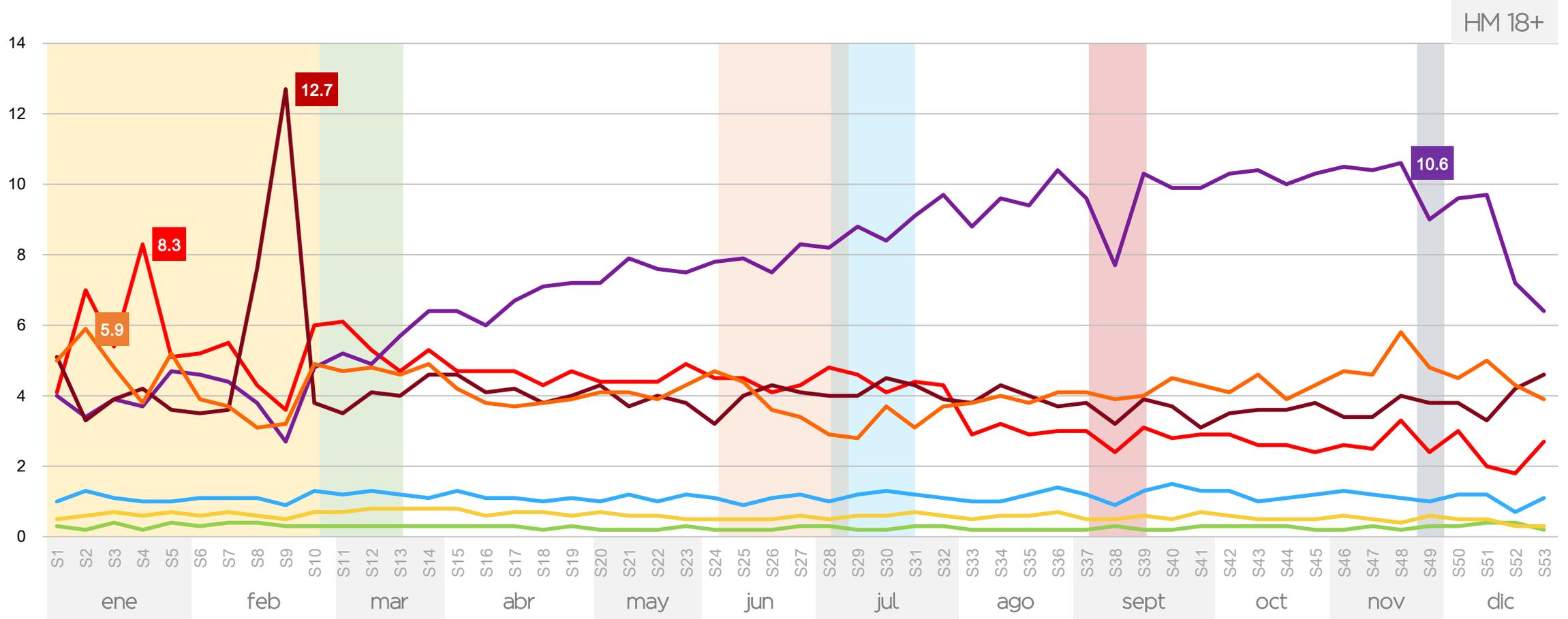
● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

# Rating bloque Prime

Día desde las 22.30 a 01.00 hrs



● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

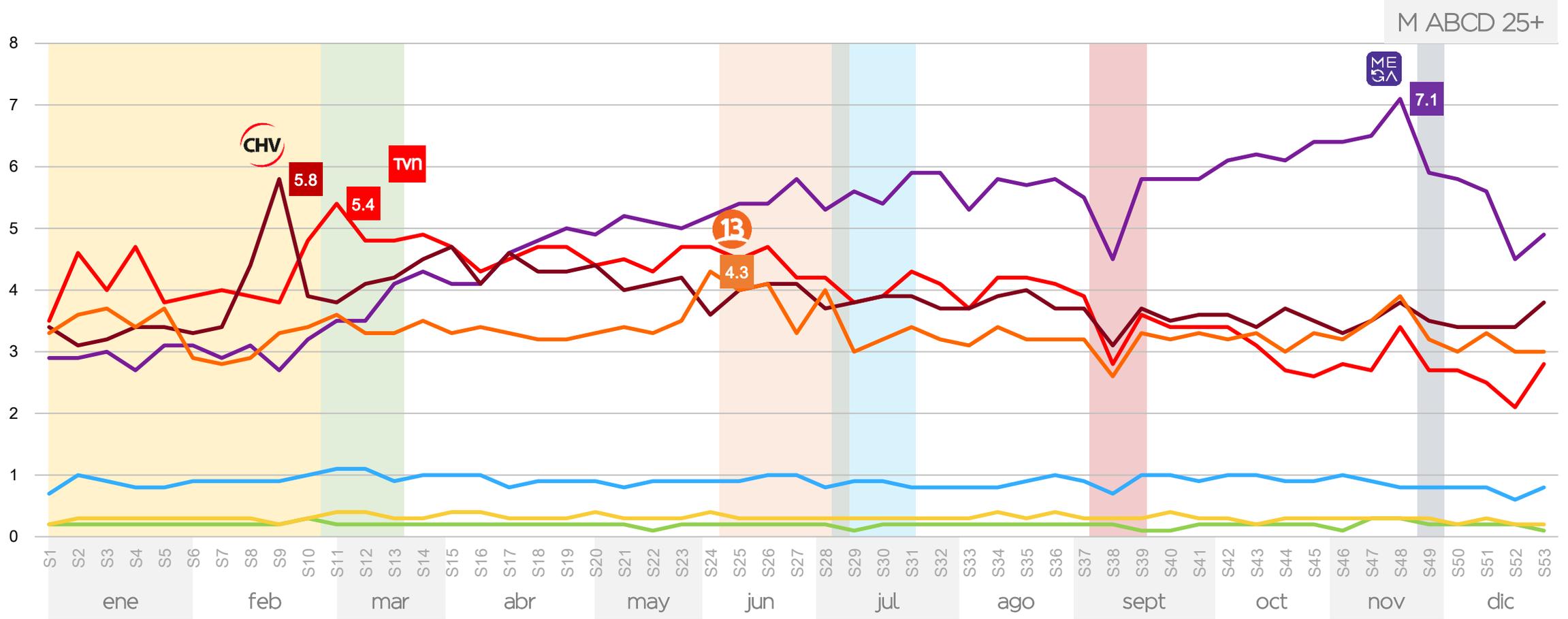
Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014



# MUJERES ABCD 25+

# Rating promedio día

Día desde las 06.30 a 02.00 hrs

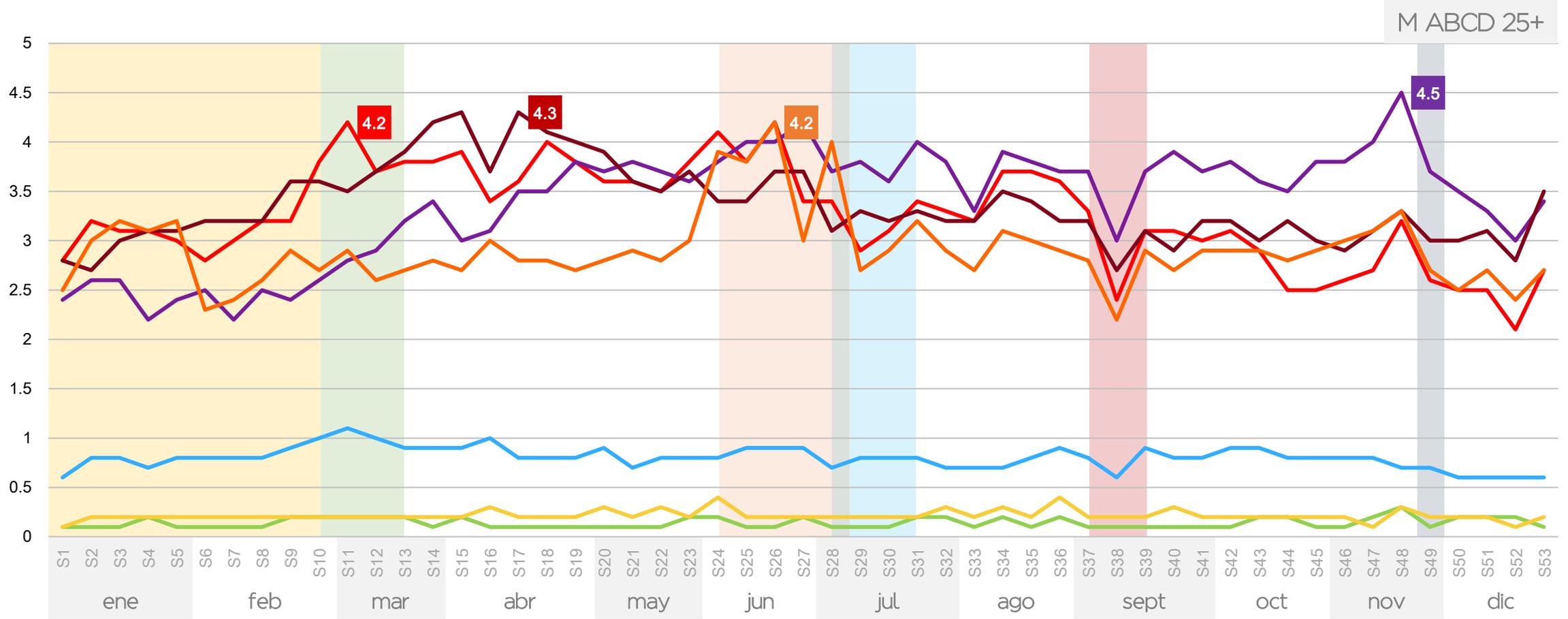


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Off

Día desde las 06.30 a 19:59 hrs

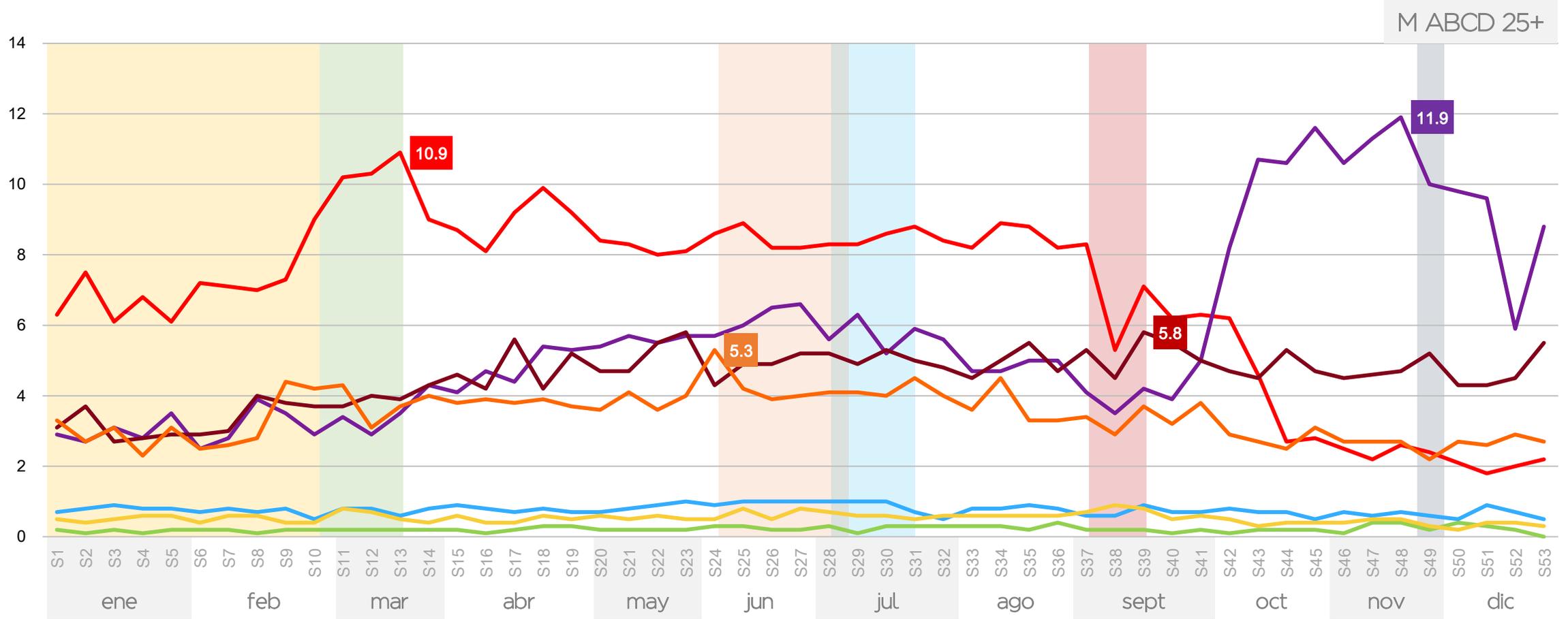


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Teleseries

Día desde las 20.00 a 21.00 hrs



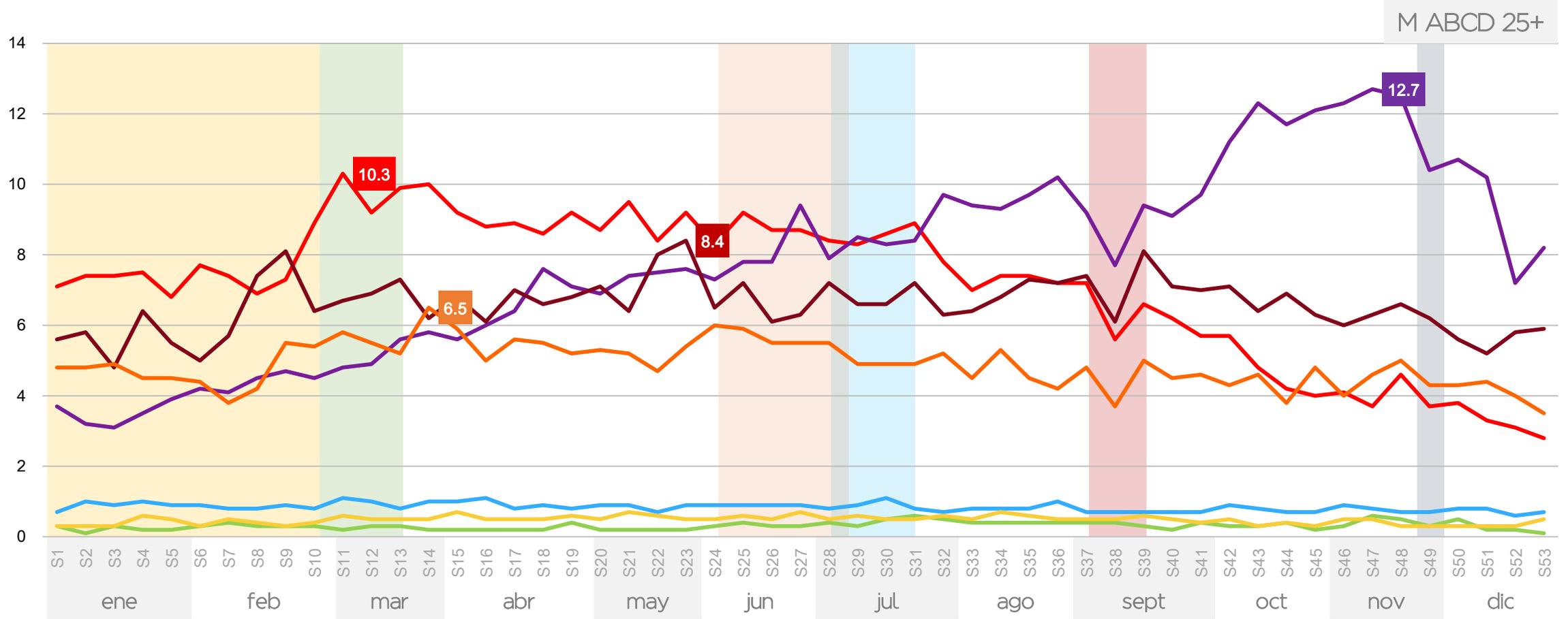
M ABCD 25+

● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Noticias

Día desde las 21.00 a 22.29 hrs

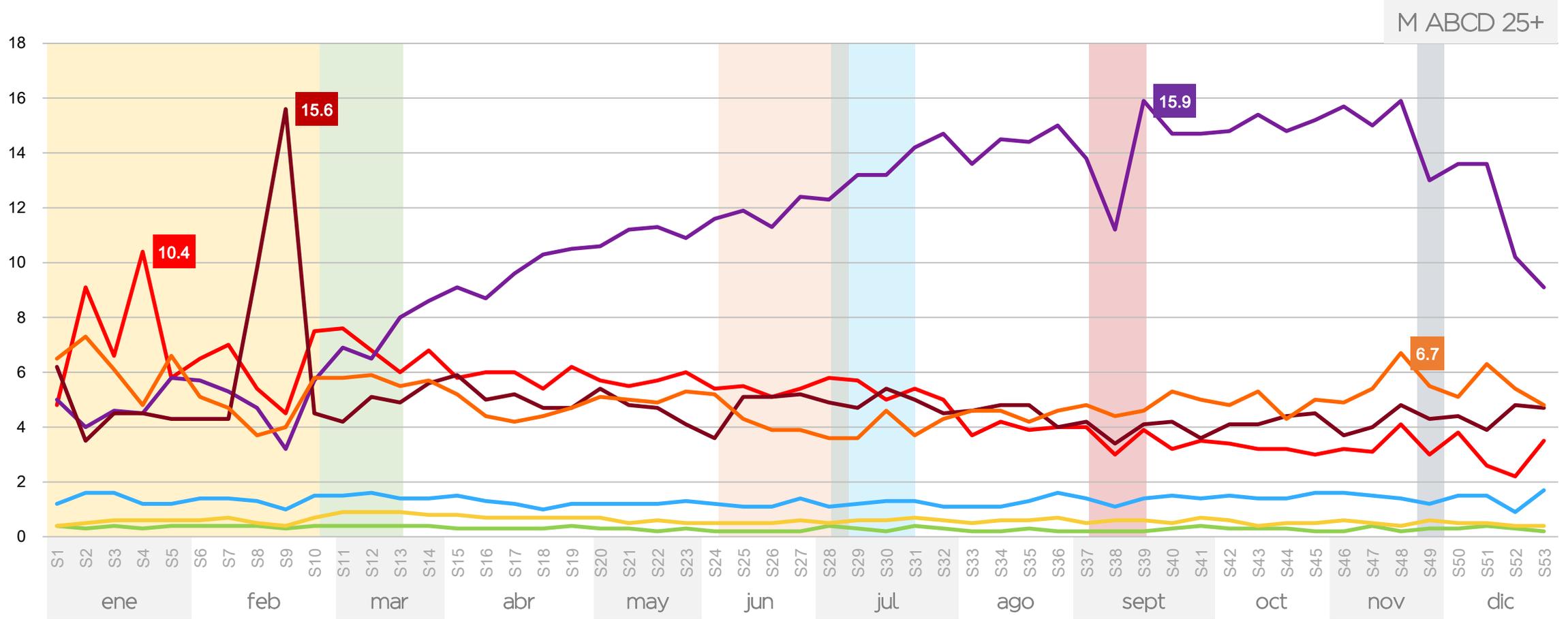


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Prime

Día desde las 22.30 a 01.00 hrs



● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

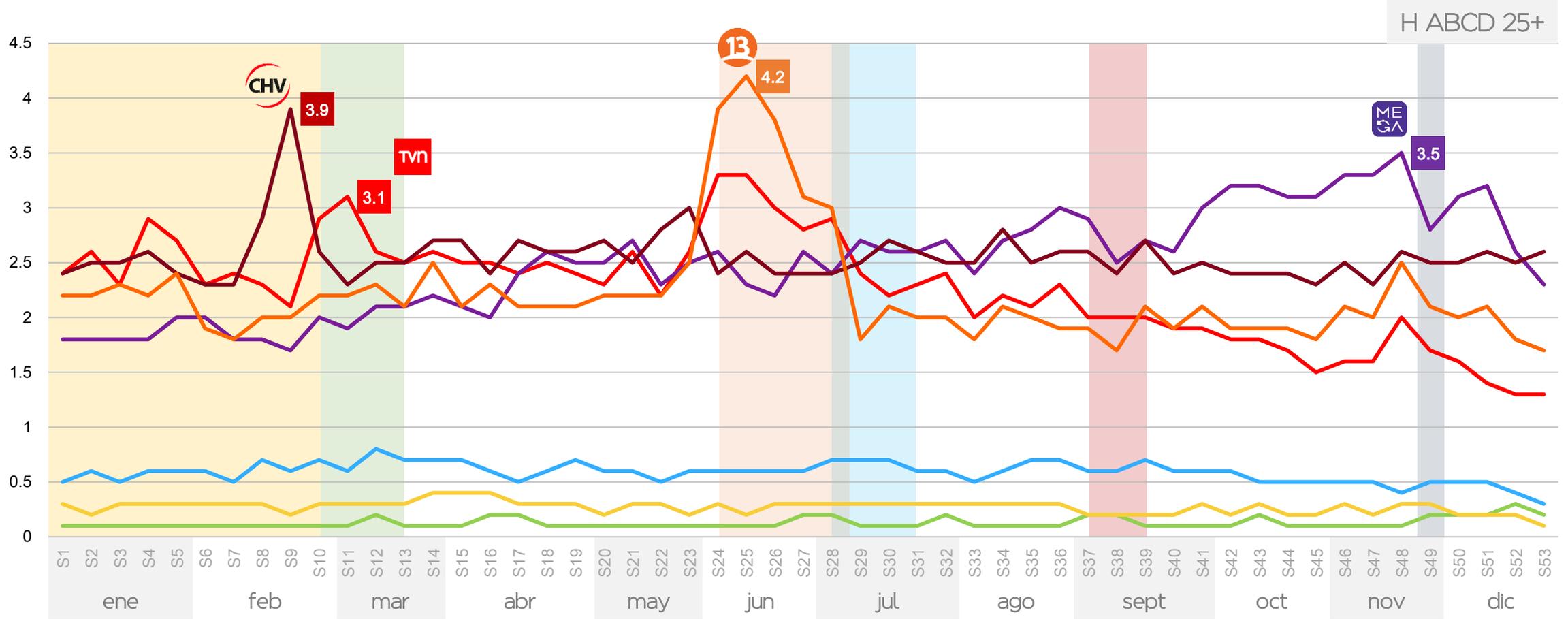
Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014



# HOMBRES ABCD 25+

# Rating promedio día

Día desde las 06.30 a 02.00 hrs

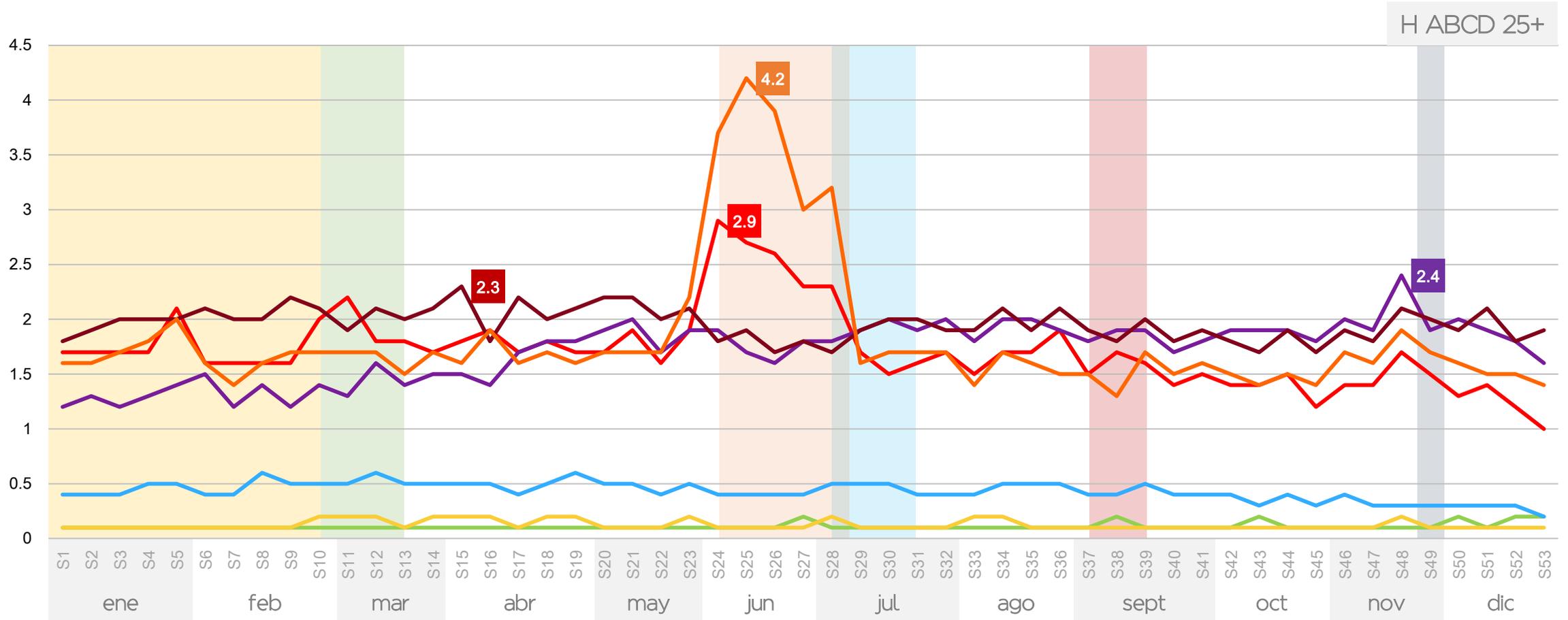


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Off

Día desde las 06.30 a 19:59 hrs



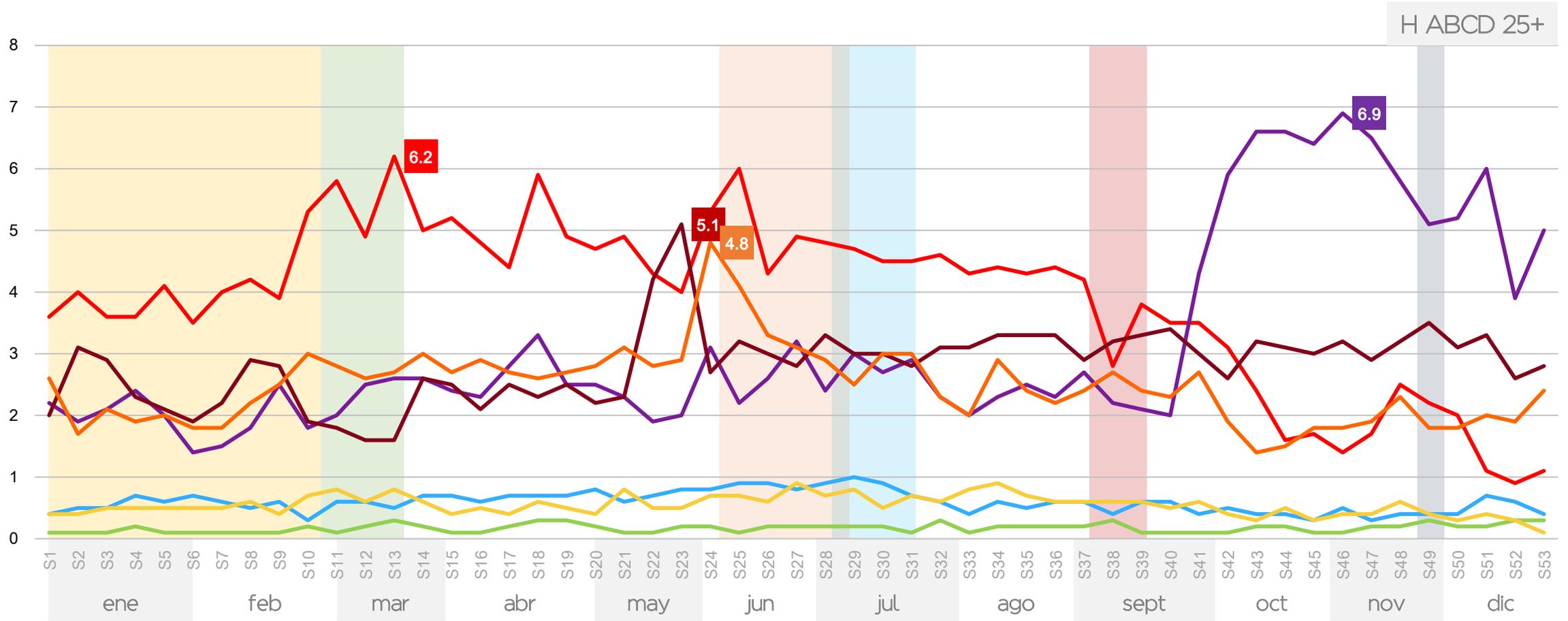
● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

# Rating bloque Teleseries

Día desde las 20.00 a 21.00 hrs



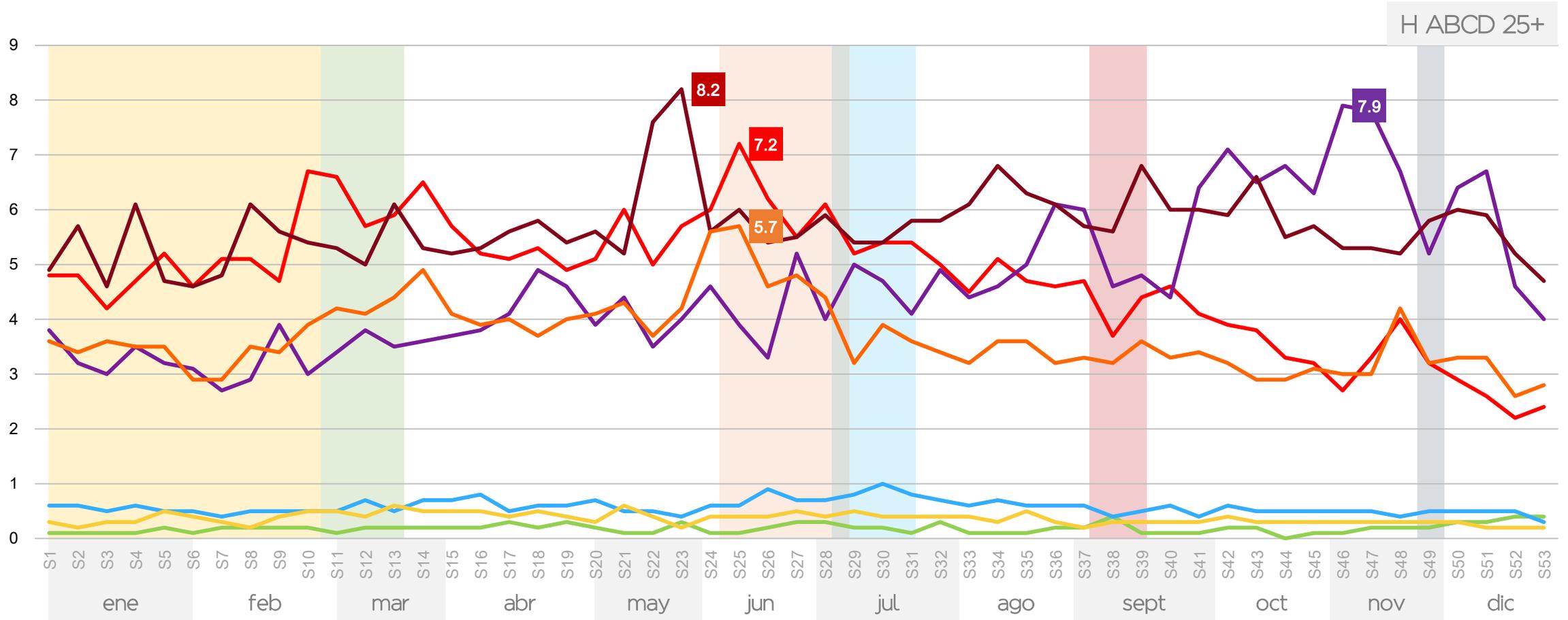
● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

# Rating bloque Noticias

Día desde las 21.00 a 22.29 hrs

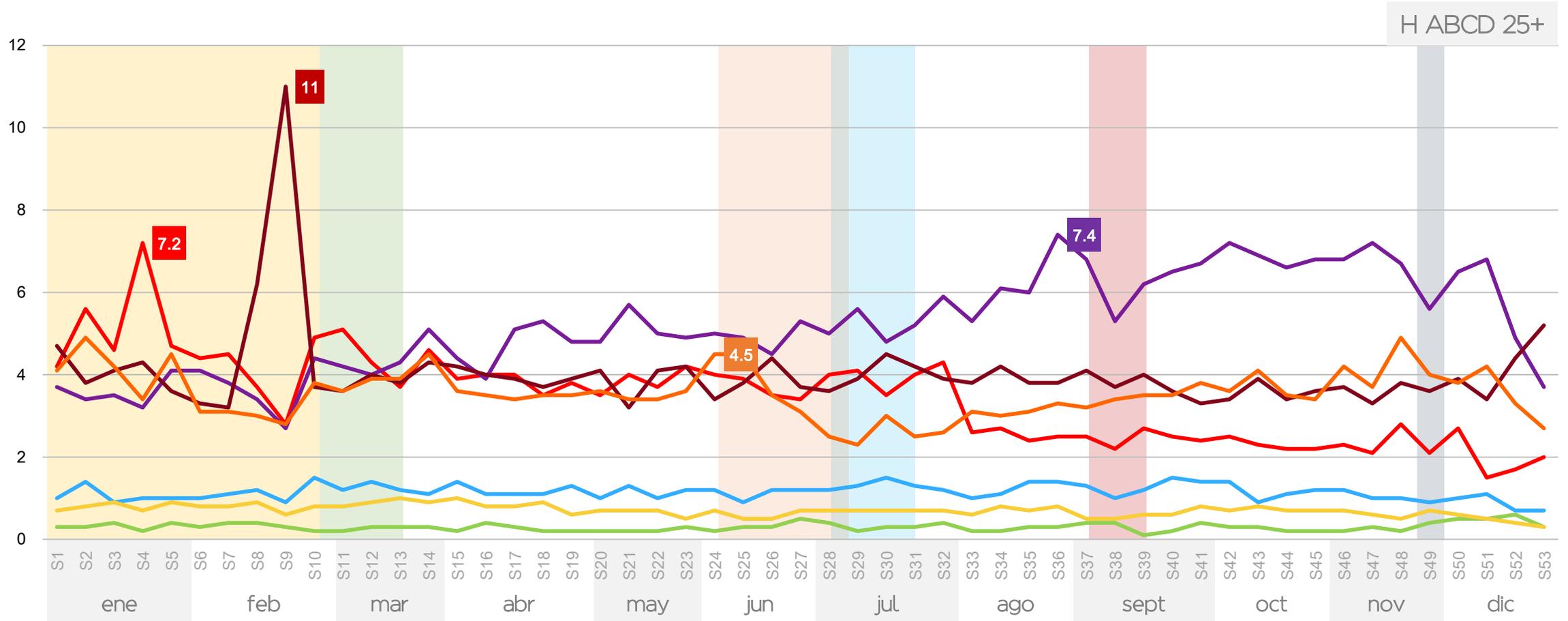


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Prime

Día desde las 22.30 a 01.00 hrs



● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

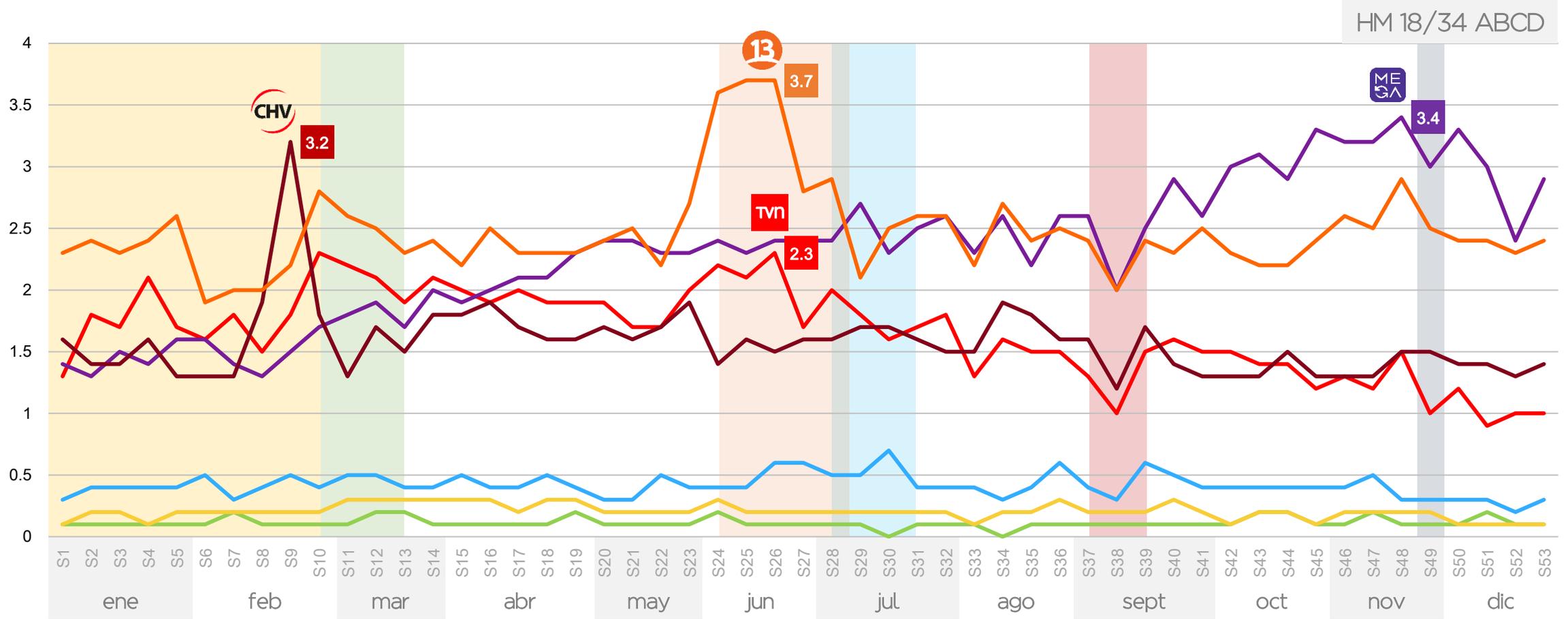
Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

A photograph of four young people dancing on a rooftop. From left to right: a man in a patterned sweater and jeans, a man in a white t-shirt with a graphic and red pants, a man in a black t-shirt and American flag shorts, and a woman in a star-patterned dress and denim jacket. They are all in dynamic, energetic poses with their arms raised. The background is a clear sky.

# JOVENES HM 18/34 ABCD

# Rating promedio día

Día desde las 06.30 a 02.00 hrs

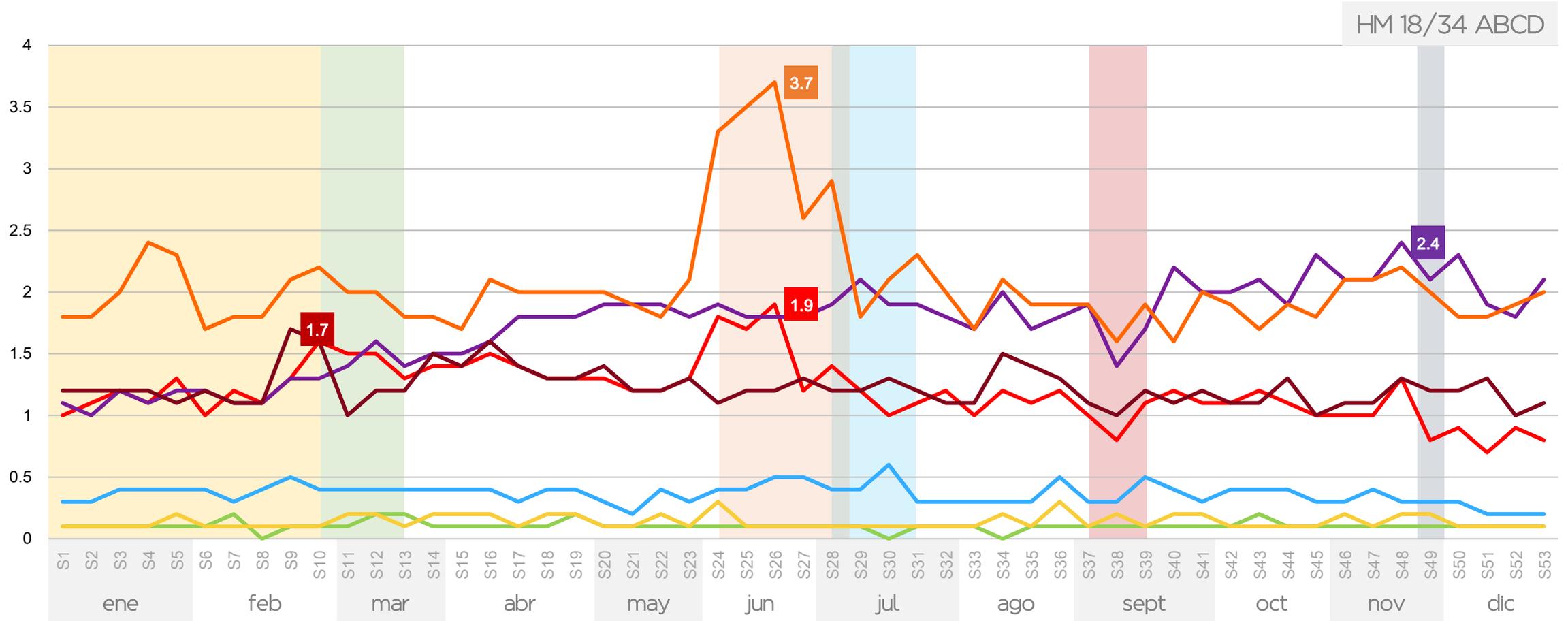


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Off

Día desde las 06.30 a 19:59 hrs



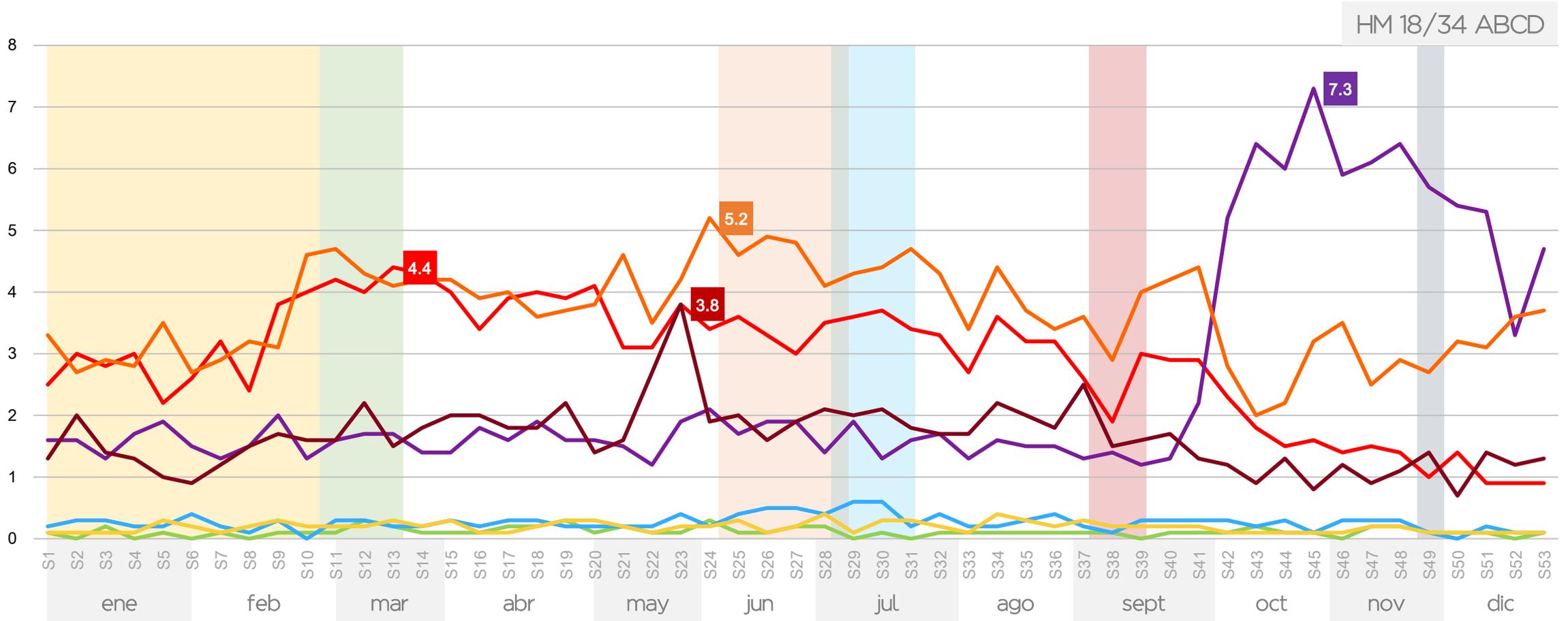
● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

# Rating bloque Teleseries

Día desde las 20.00 a 21.00 hrs



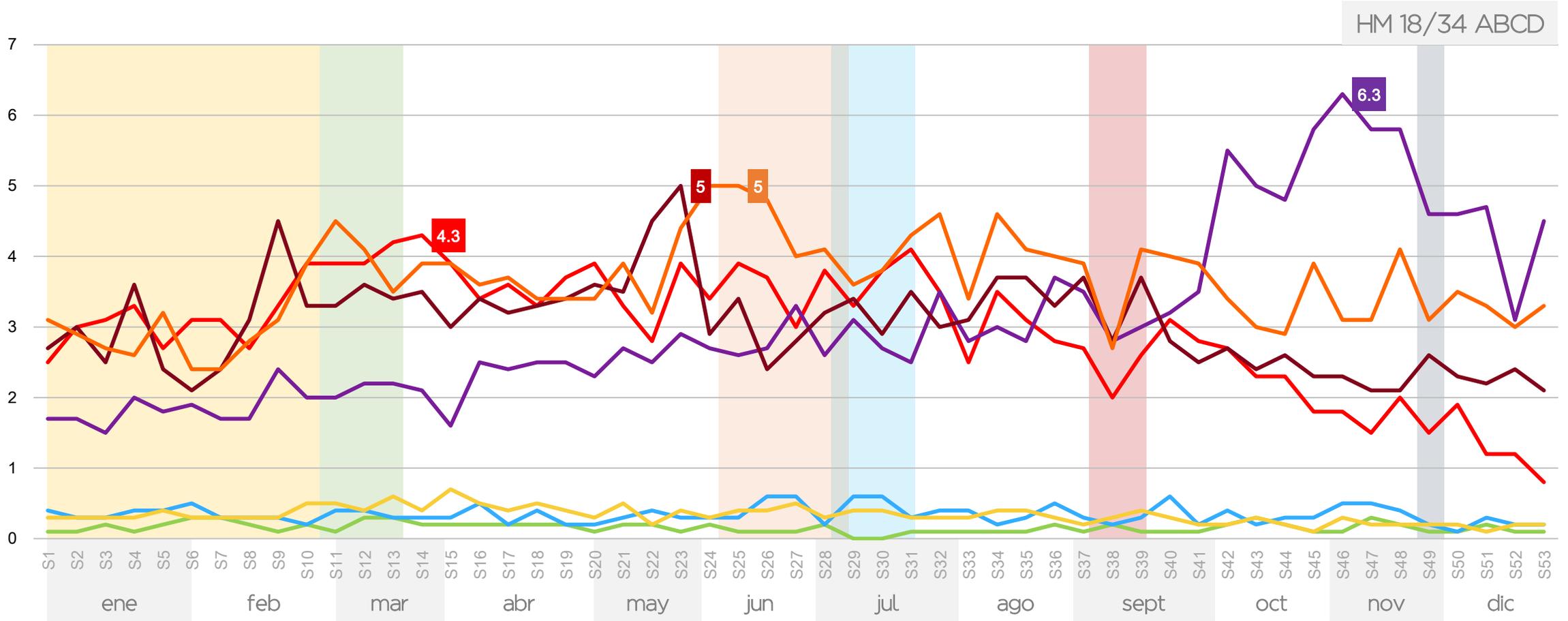
● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

# Rating bloque Noticias

Día desde las 21.00 a 22.29 hrs

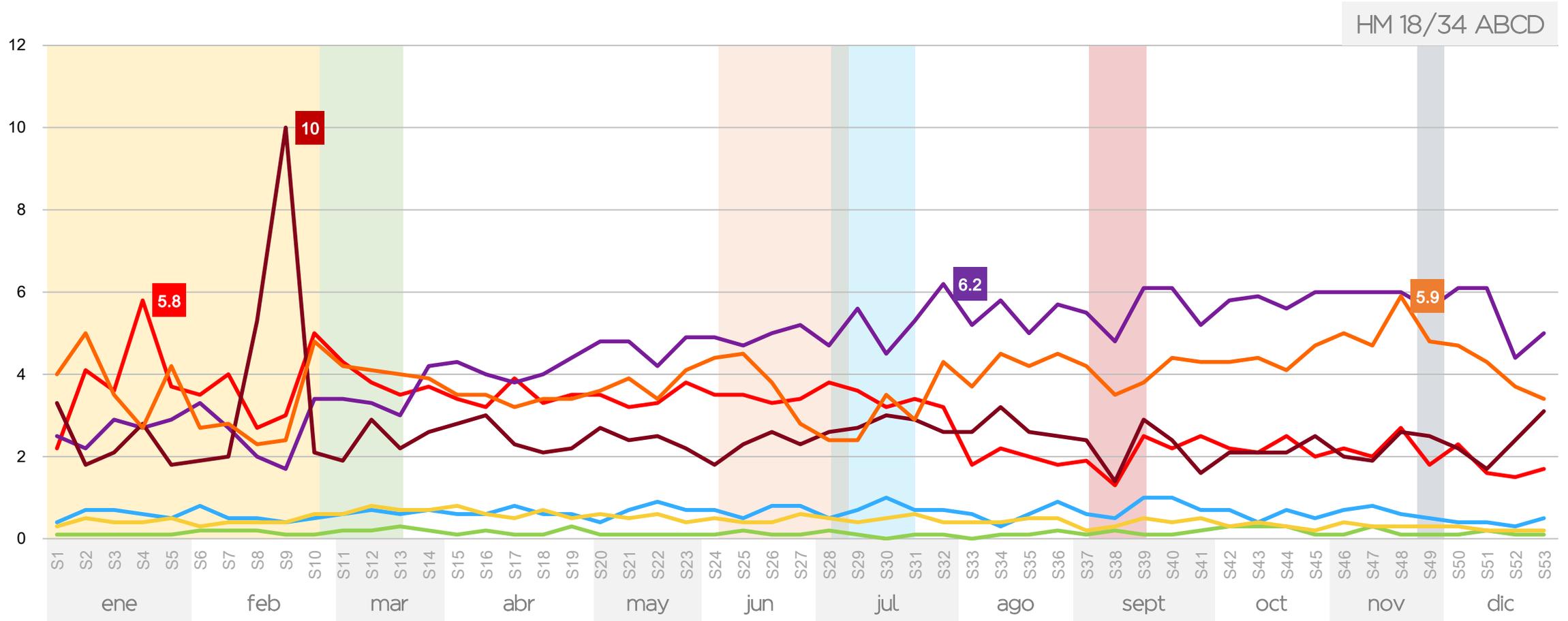


● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
FIFA World Cup 2014, Brasil
Fiestas Patrias Chile  
Lanzamientos teleseries vespertinas
Vacaciones / Break Invierno
Teletón 2014

# Rating bloque Prime

Día desde las 22.30 a 01.00 hrs



● TVN ● C13 ● Mega ● CHV ● La Red ● UCV ● Telecanal

Verano, Festivales y eventos turísticos
  FIFA World Cup 2014, Brasil
  Fiestas Patrias Chile

Lanzamientos teleseries vespertinas
  Vacaciones / Break Invierno
  Teletón 2014

A close-up photograph of a person's eye, looking directly at the camera. The eye is dark and has a slight reflection. The word "POV" is written in white, bold, sans-serif capital letters across the center of the eye. The background is a soft, out-of-focus skin tone.

**POV**

## El año del zapping

Bien sabemos que el año pasado sucedieron grandes cambios en la televisión abierta, desde re estructuraciones completas en Mega hasta cambios en áreas de vital importancia como las dramáticas de C13, TVN y Mega. Además vivimos dos eventos relevantes, el primero a mediados de año, celebrando el **FIFA World Cup Brasil 2014** donde quienes tenían los derechos de transmisión eran TVN y C13, este último se consolidó como el primero en audiencia en los horarios donde se transmitían los partidos, especialmente donde jugaba Chile. El segundo evento fue la **Teletón** donde **Mega lideró la sintonía**, obteniendo 18.2 puntos de rating en la obertura y en total todos los canales dentro del mismo horario **promediaron 64 puntos** (segundo lugar C13 con 14.9).

El inicio de año fue bastante “estable” dentro de las actividades que todos los canales hacen en el periodo estival, recordemos que la audiencia en general baja por periodo de vacaciones. Si bien en estos meses existen programas especiales y veraniegos, en febrero se inician los primeros duelos por capturar a la audiencia que rodea el evento televisivo más importante del periodo: el **Festival de Viña del Mar**. Según el CNTV al pasar los años la audiencia promedio del certamen ha ido a la baja, donde solo en el bloque de humor se logran los peak de sintonía. El caso más importante sucedió el año 2009, cuando TVN y C13 aun organizaban el Festival, logrando 39,9 puntos de rating promedio y en la edición recién pasada CHV (actual canal organizador) llegó a los 27.3 pasando por la baja más pronunciada ocurrida en 2012 con 25,1 puntos promedio a consecuencia de la dura competencia del reality de Canal 13, Mundos Opuestos.

Las principales casas televisivas de la industria, TVN y C13, comienzan a perder audiencia de forma constante el segundo semestre, producto de programas y formatos que no logran llamar la atención del televidente, es así como recordamos el “caso de las **teleseries vespertinas**” donde ambos canales deciden cambiar de horario sus producciones nacionales y dejar libre el camino a “Pituca sin lucas” quien desde el primer capítulo ha liderado el rating en su bloque horario.

Un fenómeno que todos ya hemos revisado es el de las “**teleseries turcas**”, formato que llegó a Mega en horario prime reventando el People Meter y posicionando nuevamente a la señal en el primer lugar. Luego de esto, otros canales han intentado replicar el éxito, como lo hizo C13 con “El Sultán” obteniendo tibios resultados.

En general fue un año muy movido para todos los canales, vimos como grandes programas que han liderado su bloque por años, han pasado al segundo y tercer lugar, es el caso de los matinales “Mucho Gusto”, “Bienvenidos” y “Buenos Días a todos” respectivamente. ¿Un ganador? Podríamos aventurarnos y a raíz de los números declarar que el 2014 fue el año del nuevo **Mega**, donde han acertado con sus nuevos formatos, rostros y cercanía con el público en términos de contenidos.



**COMING SOON**

## Las estrategias de los canales para dejar atrás el magro 2014

Los canales de televisión abierta coinciden que durante el año pasado hubo un cambio brusco en la industria, que benefició a una estación en particular y perjudicó a muchas. La preferencia brutal de la audiencia por la parrilla programática que impuso Mega en 2014, impulsó al resto de los competidores a mirar con ansias el 2015 y a buscar fórmulas para no volver a repetir los resultados negativos con los que terminaron el año.

Entre los planes de algunos de los canales de televisión que registraron fuertes pérdidas -de acuerdo a las informadas ante la SVS a septiembre de 2014- está generar con fuerza más contenido para buscar reconquistar a la industria que se mostró esquiva con los programas anteriores e impulsar proyectos en paralelo al formato de televisión para diversificar ingresos en una industria que no muestra signos de seguir creciendo.



## Canal 13 lanzará radio informativa y busca reducir fuerte sus costos en televisión

La estación televisiva controlada por el empresario Andrónico Luksic fue uno de los canales que más perdió dinero durante 2014. Esto, empujado por dos factores: una fuerte caída en sus ingresos, superior al 10%, y un alza consecutiva en los gastos y costos.

Este escenario generó que para 2015 el canal se planteará una fuerte reducción en sus costos, pero sin dejar de lado un drástico cambio en la parrilla programática.

Desde Canal 13 afirmaron que se “está trabajando actualmente en este tema con miras a que el ejercicio 2015 tenga los mejores resultados posibles. Y en esa línea, están comprometidas todas las áreas. En lo televisivo, estamos trabajando en el cambio de parrilla a partir de marzo y generando contenidos que creemos serán de interés para la audiencia y los avisadores”

Respeto a la reducción de costos que se pondrá en marcha en los próximos meses, la estación indicó que “como siempre, se están evaluando los distintos ítems con una perspectiva de mejora continua de acuerdo a los requerimientos de nuestro quehacer”.

## Mega fortalecerá bloque de teleseries y apoyará proyectos de difusión de contenidos por internet

Si bien para sus competidores el 2014 es un año que esperen quede en el olvido, para Mega es todo lo contrario. Durante el año pasado y los meses que van de 2015, la estación televisiva del grupo Bethia ha marcado sus mejores resultados, tanto en términos de audiencia como utilidades.

Es por esto que desde Mega indican que la estrategia para mantenerse en el primer lugar está en seguir fortaleciendo el bloque de teleseries, que le ha permitido sumar audiencias que resultaban esquivas y potenciar prensa, ya que esto, indican, les “ha permitido partir el año con una base importante de auspicios y mantenernos en 30% de participación de mercado”.

El director de gestión de Mega, Antonio Escobar, agrega que “durante el último año hemos trabajado en cambiar el perfil de nuestra programación y marca, con el consiguiente aumento de costos, pero dicho aumento ha sido en la medida de nuestro potencial de ingresos, incluso tomando en cuenta el brusco ajuste a la baja que hubo el año 2014 en la inversión publicitaria en medios. Para el 2015 mantendremos el actual nivel de costos fijos y aumentaremos el costo en contenidos”.

Respecto a proyectos como una plataforma en común en internet con otros canales de televisión para diversificar ingresos, Escobar aseguró que “proyectos como una OTT están en la estrategia de Mega para el 2015 dado que se vislumbra como el nuevo hábito de consumo de contenidos”.

## TVN apostará al bombardeo de programas hasta recuperar al público que lo sacó del primer lugar

Al interior del canal público hay conciencia en que el actual es uno de los peores períodos de su historia. El bajo rating de los últimos meses de 2014 y que se han mantenido en lo que va de 2015 dan cuenta de que el canal está pasando por un momento más que difícil.

Esta situación ha llevado a incluso cuestionar el rol del canal público y a buscar fórmulas que den un giro total al funcionamiento de TVN. Por ahora, altas fuentes del canal sostienen que una de las estrategias para volver a tener los niveles de audiencia del primer semestre de 2014 sería generar altas cuotas de contenido con las que se pudiera hacer ensayo y error, hasta reconquistar a la audiencia que portó por la competencia.

Nicolás Acuña, director de programación de TVN, indicó en esta línea que “nuestro propósito para este año es mejorar la conexión que tenemos con las audiencias a través de nuevos contenidos que presentaremos en marzo y durante el transcurso del año. Hemos trabajado en la ficción nacional, tanto en teleseries como series, también en la renovación de contenidos en otros pilares programáticos como el matinal, las noticias y apostar por programas de entretenimiento. La creación de nuevos contenidos es la esencia de esta industria y es el camino a seguir para conseguir conectarse con el público.”

## Chilevisión buscaría reducir sus costos

Chilevisión figura como el segundo gran perdedor de 2014, que si bien la próxima semana tiene sus fichas puestas en el Festival de Viña del Mar, lo que el año pasado generó millonarios ingresos, fuentes al interior de la estación no visualizan grandes cambios durante 2015.

“En Chilevisión hay diseñado un plan de reducción de costos. Mientras que en términos de ingresos la apuesta es lo tradicional y un poco más de lo que se ha visto en la parrilla programática durante el año pasado”.

Respecto a nuevos proyectos, las mismas fuentes cercanas a la estación agregan que “están tratando de fortalecer otros proyectos, pero aún no hay claridad”

Consultado por PULSO el canal prefirió no emitir declaraciones.

## La Red busca hacer una apuesta mayor en programación

La Red fue el único canal que logró durante los primeros tres trimestres de 2014 reducir sus gastos en administración. Si bien, esto lo desmarcó de las tendencias que siguen el resto de los canales, no significó que durante 2014 también registrara fuertes pérdidas.

La estación televisiva no cree que durante el 2015 la situación se revierta, incluso señalan que los canales tendrán que enfrentar un escenario “más ácido de lo normal”.

Desde La Red indicaron en este sentido que “el 2015 se ve igualmente difícil, considerando que esta es una industria en que los costos, la compra de programas envasados y la inversión en activos están en dólares, mientras que la facturación está en pesos”.

Además agregan que “la única posibilidad de facturar más es hacer una apuesta mayor en programación y cuidar los costos más que antes. En La Red los costos están muy cuidados y por el lado de los ingresos, salvo que nuestra programación logre captar más audiencia, no es garantía facturar más porque hay menores dinero dando vuelta para publicidad y televisión”.

