

AAM|  
ESTUDIOS

TV PAGA

HBomax

VOD

# LA NUEVA TELEVISIÓN

TV  
ABIERTA

NETFLIX

Disney+



[www.aam.cl](http://www.aam.cl)    

groupm

 havas  
media group

MEDIABRANDS

OMG  
Omnicom Media Group

  
PUBLICIS  
MEDIA

# FICHA TÉCNICA

## METODOLOGÍA

Encuesta: CAWI

Muestra: 1295 casos

Mujeres y Hombres

13+ años

ABC1aC1b-C2-C3-D

## TRABAJO DE CAMPO

Julio 2021

## COBERTURA

Región Metropolitana

Zona Norte

Zona Sur

## PANEL



OFFERWISE



# OBJETIVOS

## OBJETIVO GENERAL

Entender cómo consumen “La Nueva Televisión” los chilenos.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

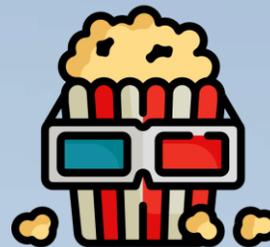
1. Alcance y penetración de plataformas de video y contenidos audiovisuales.
2. Plataformas o medios preferidos para consumo de video/TV.
3. Hábitos y ocasiones de consumo para cada plataforma.
4. Alcance de la cantidad de personas que paga por suscripciones en servicios de streaming de video.
5. Percepción de la publicidad y formatos más atractivos.



# Consumo contenido



Video tutoriales	75%
Dibujos animados o animaciones	69%
Series y teleseries nacionales	64%
Programas de cocina	64%
Deportes en vivo	61%
Programas deportivos	54%
Videoblogs de temas específicos	42%
Videojuegos en vivo	32%



Películas  
93%



Noticias e  
Información  
86%



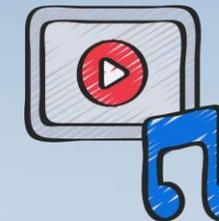
Programas de  
entretención y ocio  
80%



Series  
78%



Programas  
culturales y de  
viajes  
77%



Videos  
musicales/  
conciertos  
75%

*P1 A continuación verás una serie de contenidos y tipos de programación que se pueden ver en video, ya sea a través del televisor, smart TV, computador, tablet o celular. Nos gustaría saber si consumes habitualmente cada uno de los contenidos.*

# Consumo contenido



El contenido de **Noticias e Información** es más relevantes en los segmentos de edades más adultos (Edad 46+ 92%)

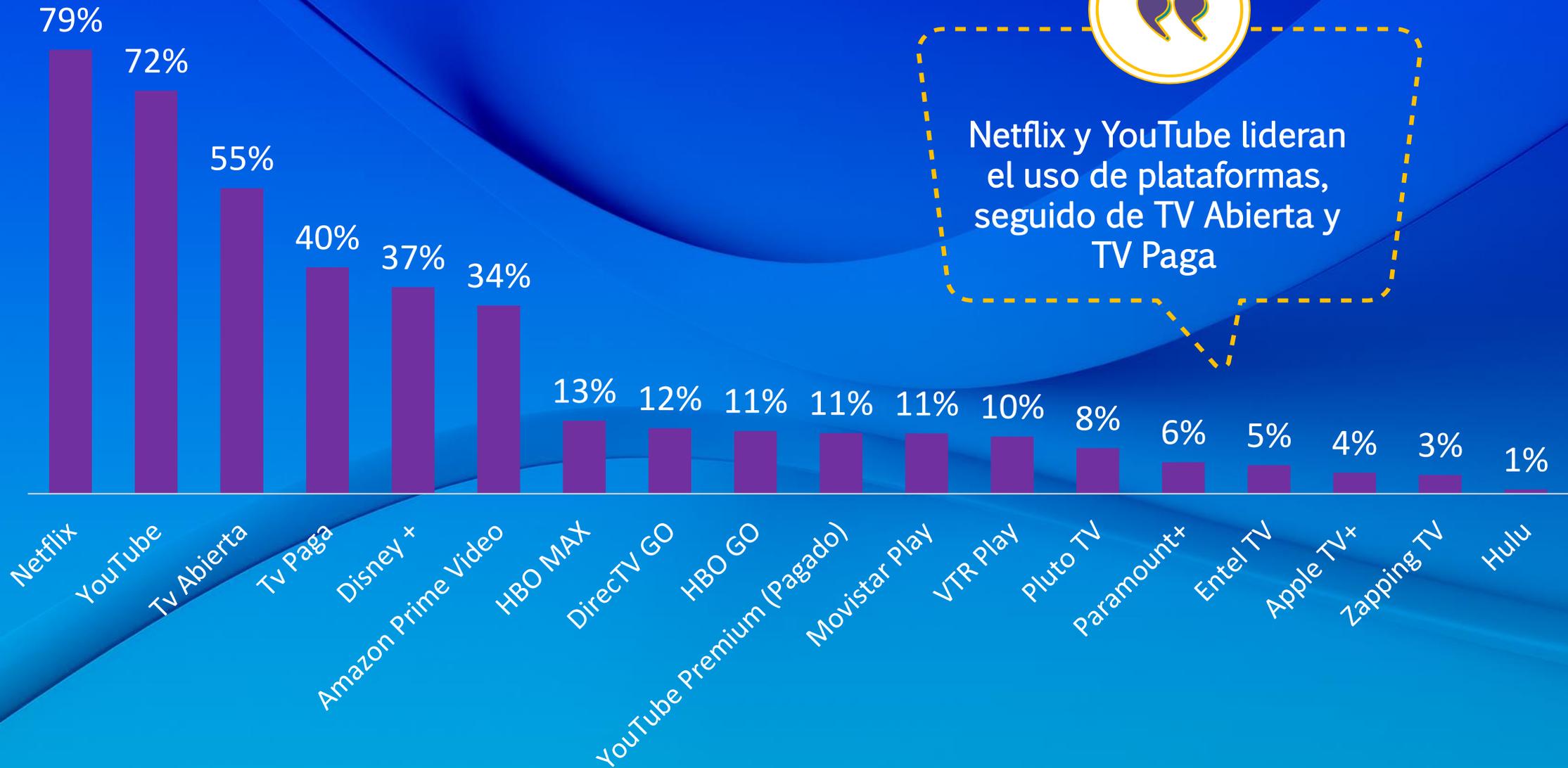


Los géneros deportivos “**Programas deportivos – Deportes en vivo**” generan una alta afinidad en los hombres.



El genero **película** es transversal en relación al interés, sin embargo, en las personas entre **35-45 años** es más alto (97,1%)

# Uso de plataformas de video

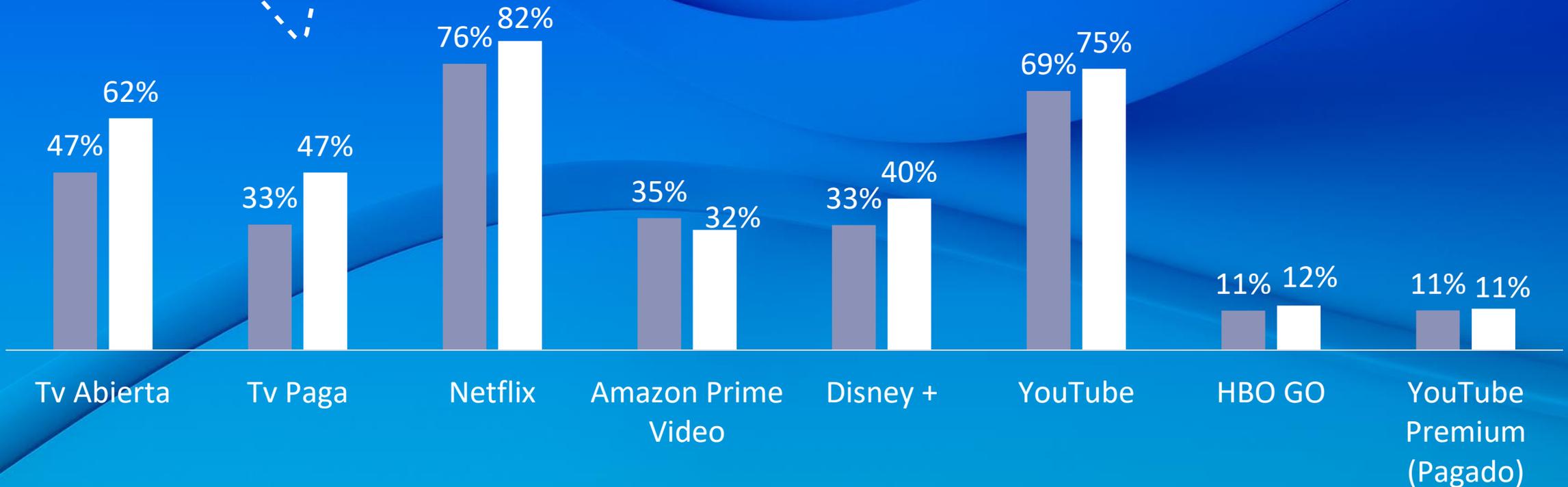
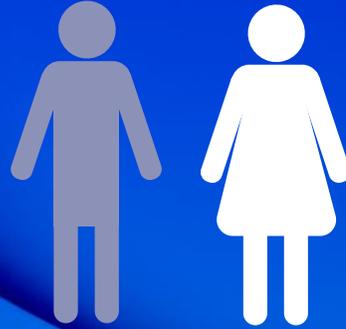


P2. Durante los últimos meses ¿Has utilizado las siguientes plataformas para ver algún contenido audiovisual, serie, película, programa, podcast u otro?

# Consumo Plataformas



Las mujeres privilegian las plataformas como Tv Abierta y Tv Paga

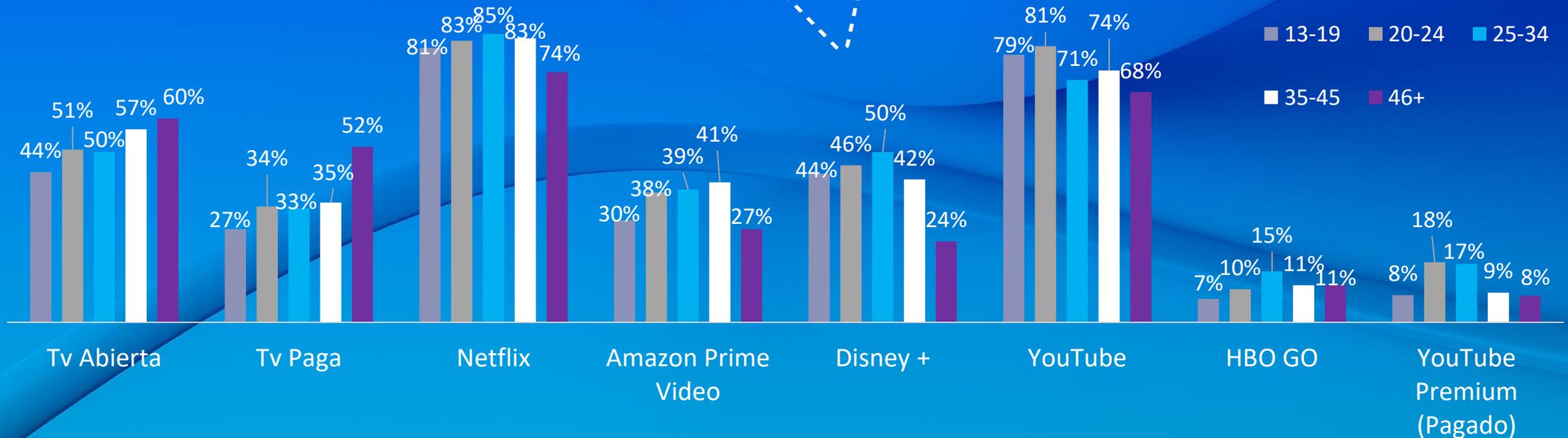


P2B. Durante los últimos meses ¿Has utilizado las siguientes plataformas para ver algún contenido audiovisual, serie, película, programa, podcast u otro?

# Consumo Plataformas



Las personas de los grupos más jóvenes prefieren YouTube.  
Edad 13-19 20-24

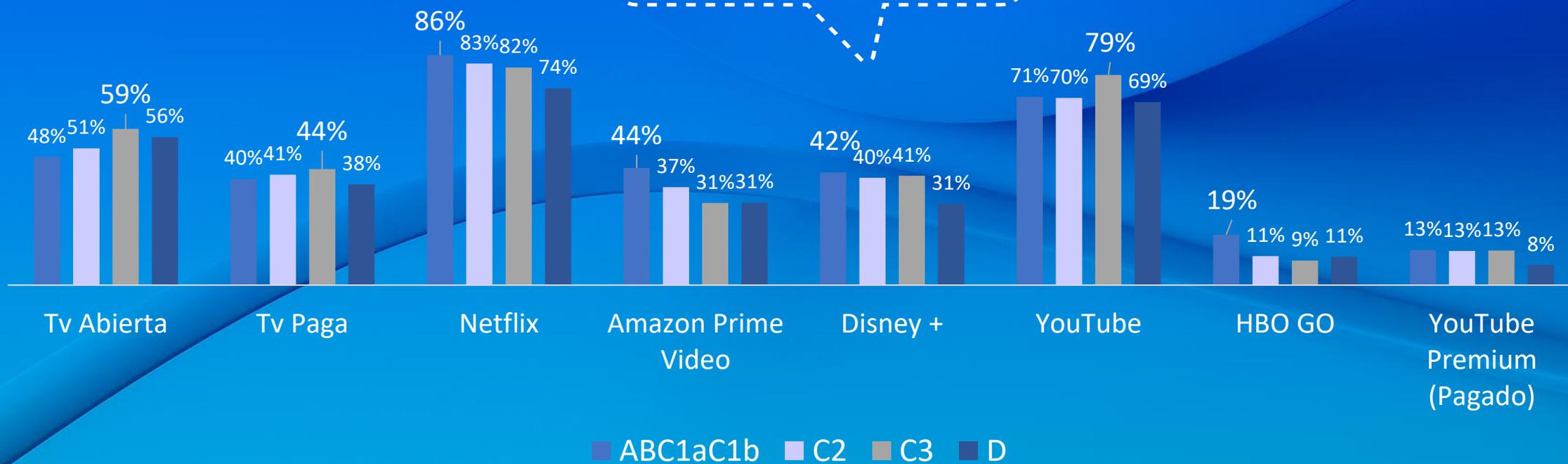


P2B. Durante los últimos meses ¿Has utilizado las siguientes plataformas para ver algún contenido audiovisual, serie, película, programa, podcast u otro?

# Consumo Plataformas



Netflix es la plataforma preferida en todos los segmentos socioeconómicos.

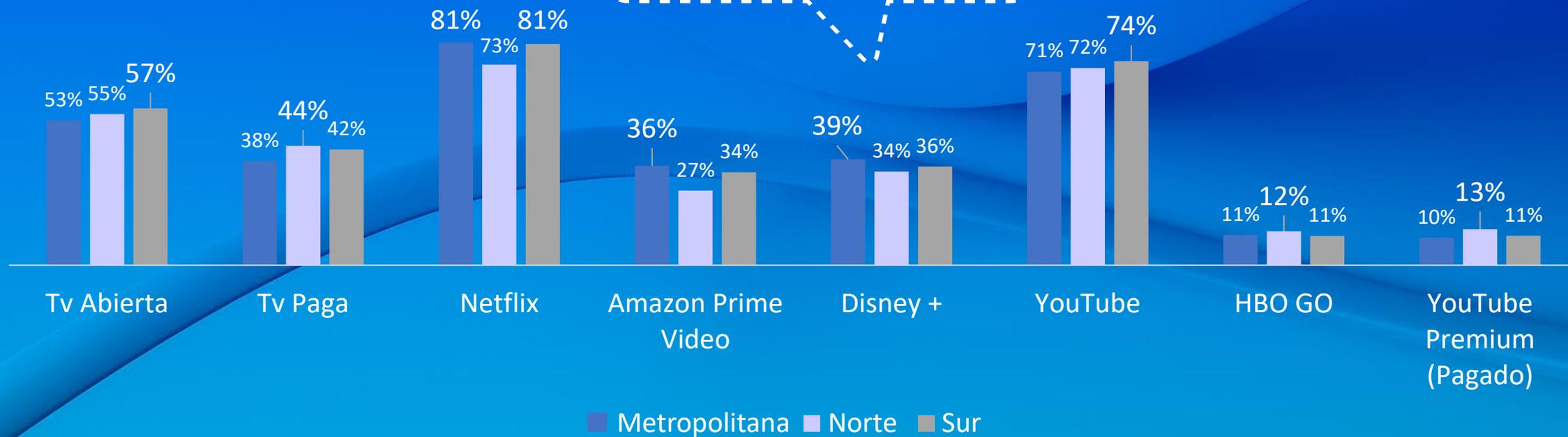


P2B. Durante los últimos meses ¿Has utilizado las siguientes plataformas para ver algún contenido audiovisual, serie, película, programa, podcast u otro?

# Consumo Plataformas

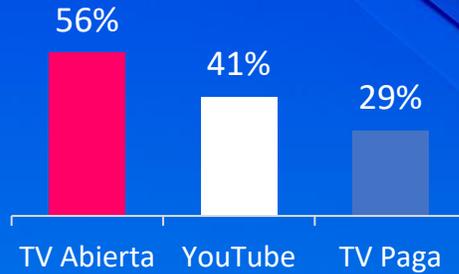


Netflix y YouTube lideran la preferencia en RM, zona Norte y zona Sur, seguido por TV Abierta.

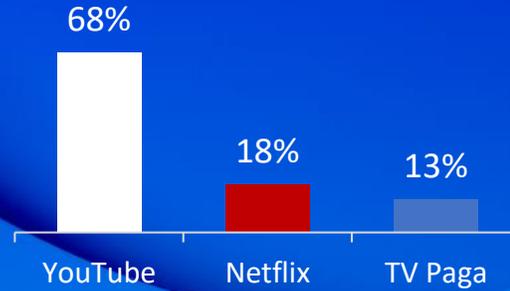


# Top 3 de plataformas por tipo de contenido

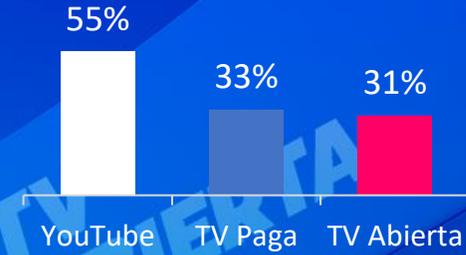
## Noticias e información



## Videoblogs de temas específicos



## Programas de cocina



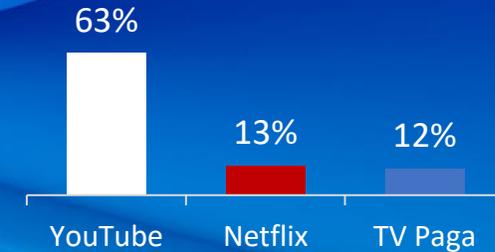
## Deportes en vivo



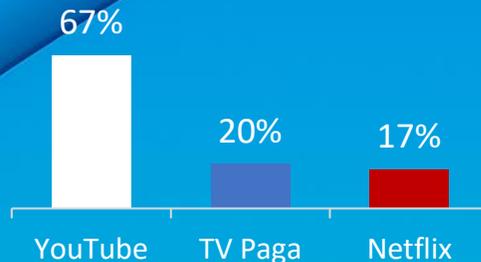
## Programas culturales y de viajes



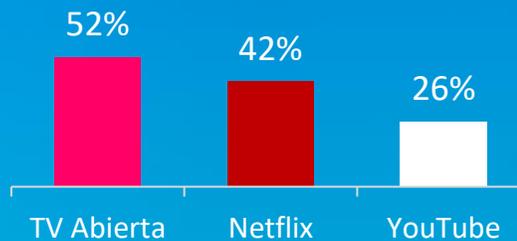
## Videojuegos en vivo



## Videos musicales



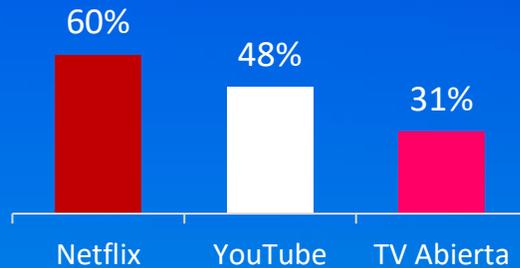
## Series y teleseries nacionales



P3. Para cada uno de los contenidos vistos en el último mes, por favor selecciona la o las plataformas y aplicaciones en donde lo has consumido

# Top 3 de plataformas por tipo de contenido

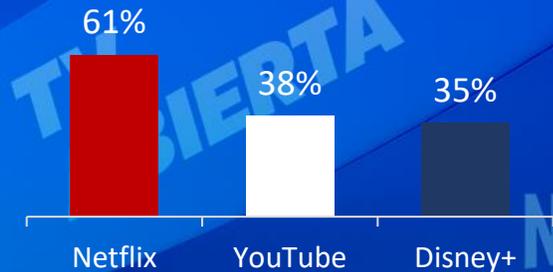
## Programas de entretenimiento y ocio



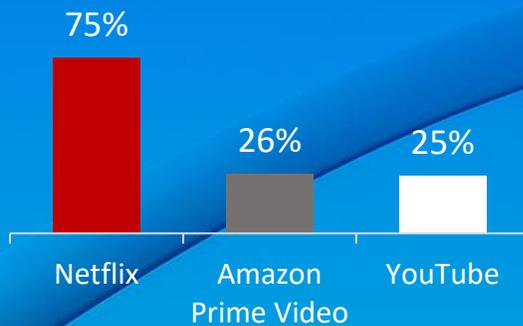
## Programas deportivos



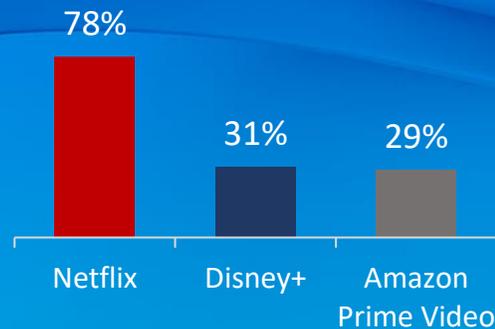
## Dibujos animados o animaciones



## Series internacionales



## Películas



## Video tutoriales



P3. Para cada uno de los contenidos vistos en el último mes, por favor selecciona la o las plataformas y aplicaciones en donde lo has consumido

# Consumo contenido por plataforma



Youtube cuentan con una amplia aceptación en los contenidos orientados a **Videojuegos – Videoblogs – Videos Tutoriales – Videos Musicales**

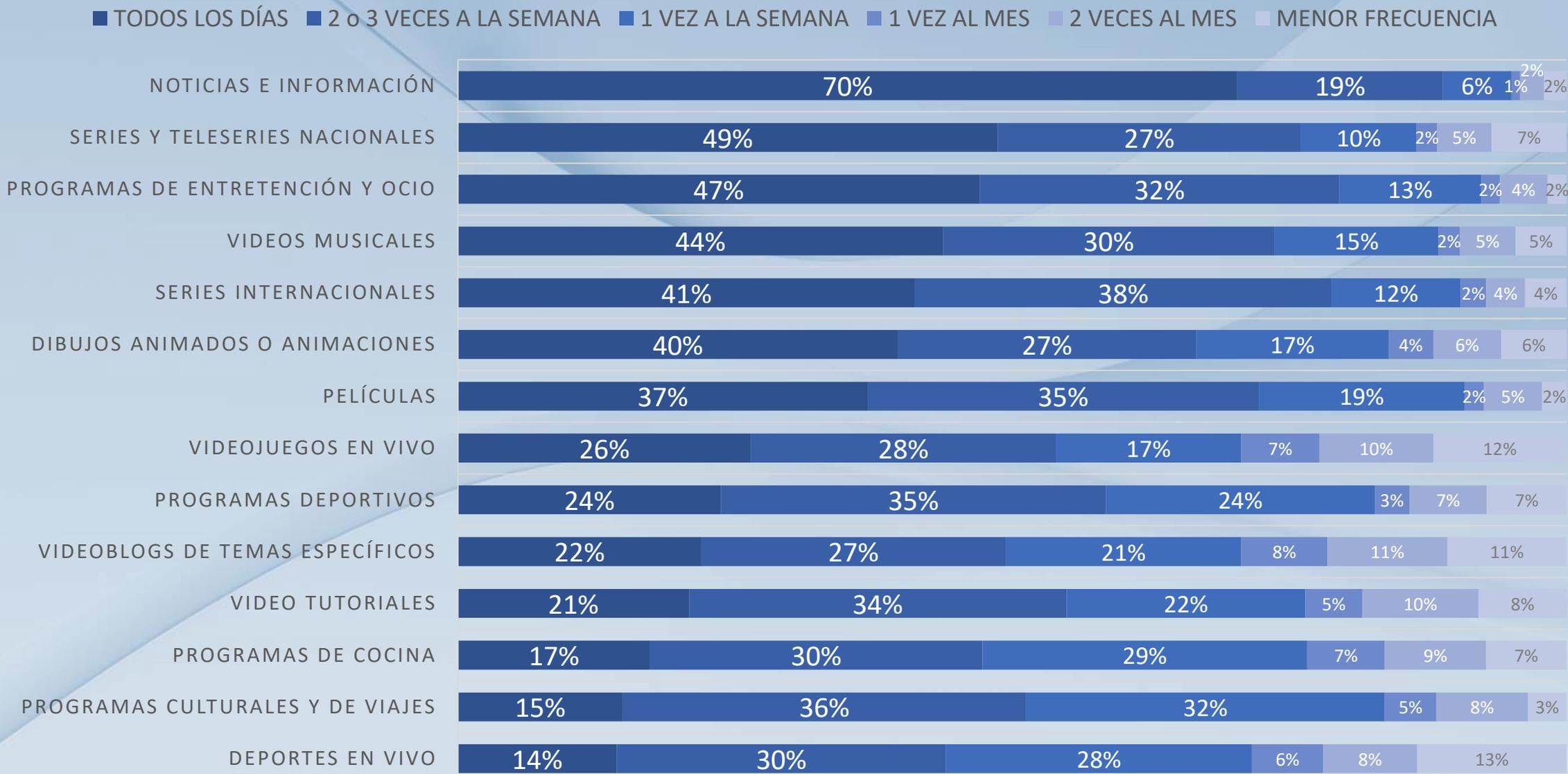


**Series Internacionales y Películas** poseen una alta afinidad con la plataforma **Netflix**



**Noticias e Información** tiene una alta participación en las preferencias orientadas al consumo de **Tv Abierta**

# Frecuencia contenido



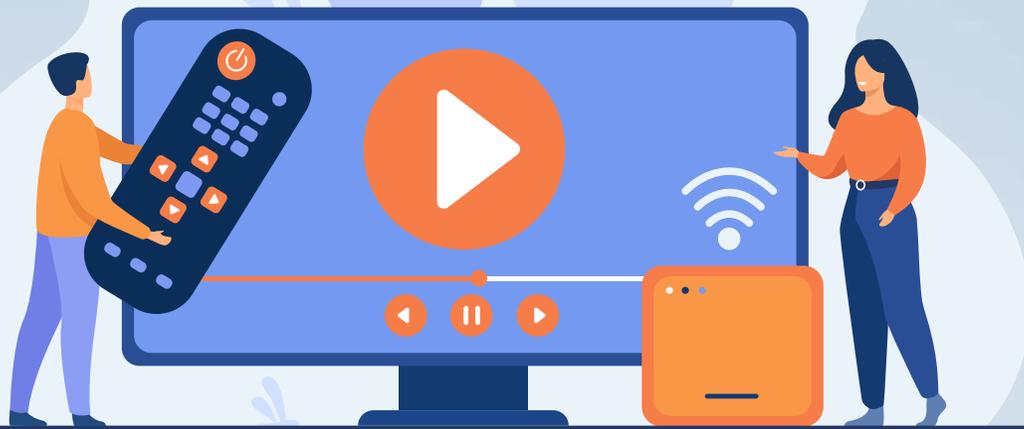


Los contenidos consumidos más frecuentemente por todos los segmentos son los de **Noticias e Información**, a excepción de los jóvenes de 13 a 19 años que consumen **Videos Musicales** con mayor frecuencia

Tanto en **Deportes en vivo** como en **Programas Deportivos los Hombres** presentan alta afinidad de consumo frecuente (61% consume todas las semanas)

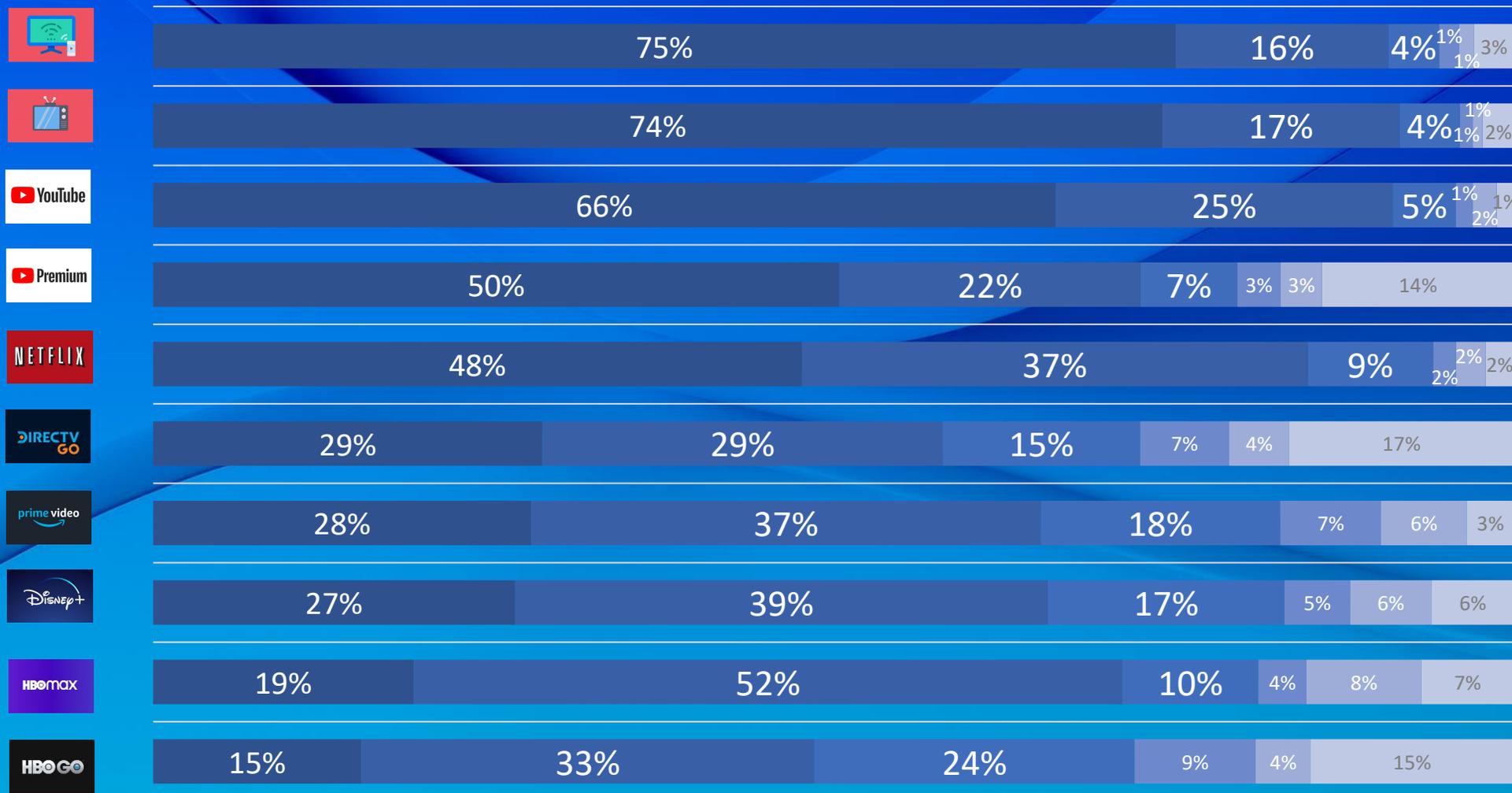
El **63%** de las **Mujeres** consumo **Series y Teleseries nacionales** al menos una vez a la semana

El **75%** de los jóvenes entre **13 y 24 años** consume **Videos Musicales** al menos una vez a la semana



# Frecuencia contenido Plataformas

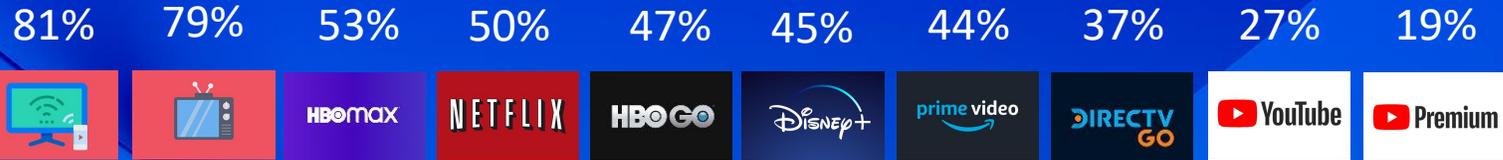
■ TODOS LOS DÍAS     
 ■ 2 o 3 VECES A LA SEMANA     
 ■ 1 VEZ A LA SEMANA  
■ 1 VEZ AL MES     
 ■ 2 VECES AL MES     
 ■ MENOR FRECUENCIA



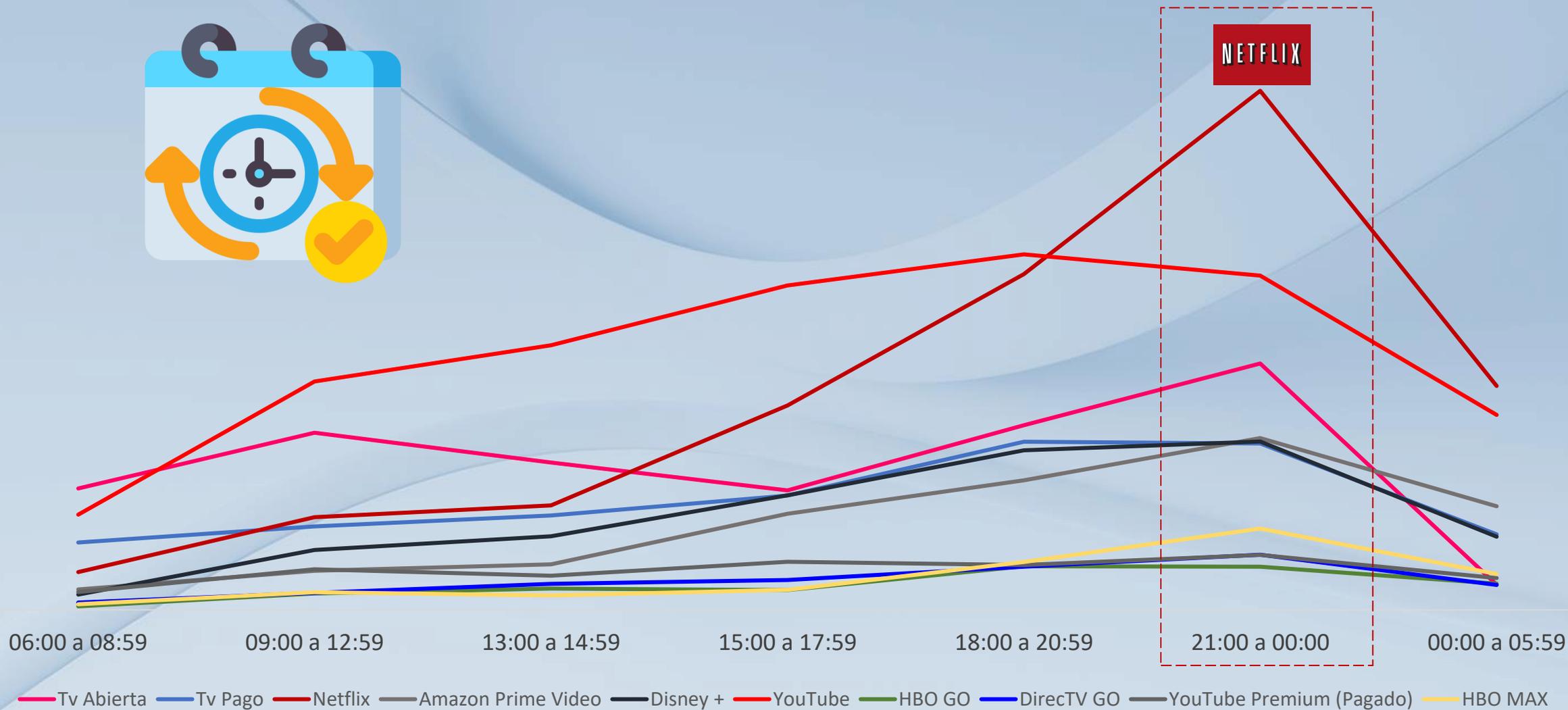
\*Top 10 Plataformas más utilizadas

P5 ¿Con qué frecuencia ves o utilizas las siguientes plataformas o aplicaciones?

# Plataformas por dispositivo



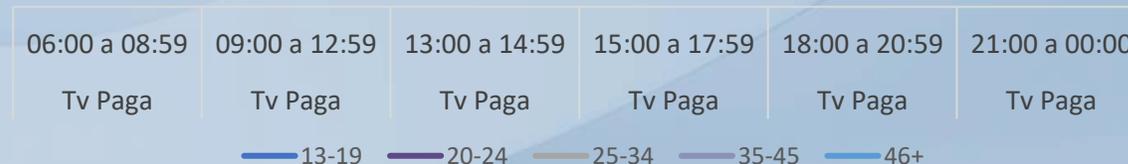
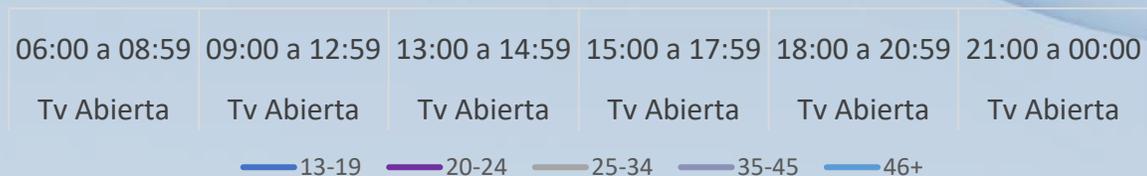
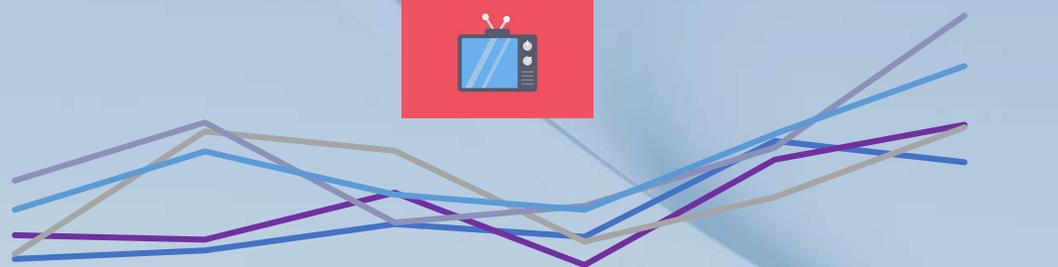
# Horario contenido



\*Top 10 Plataformas más utilizadas

P7 ¿En qué horarios del día acostumbras a ver contenido de video en cada una de las siguientes plataformas?

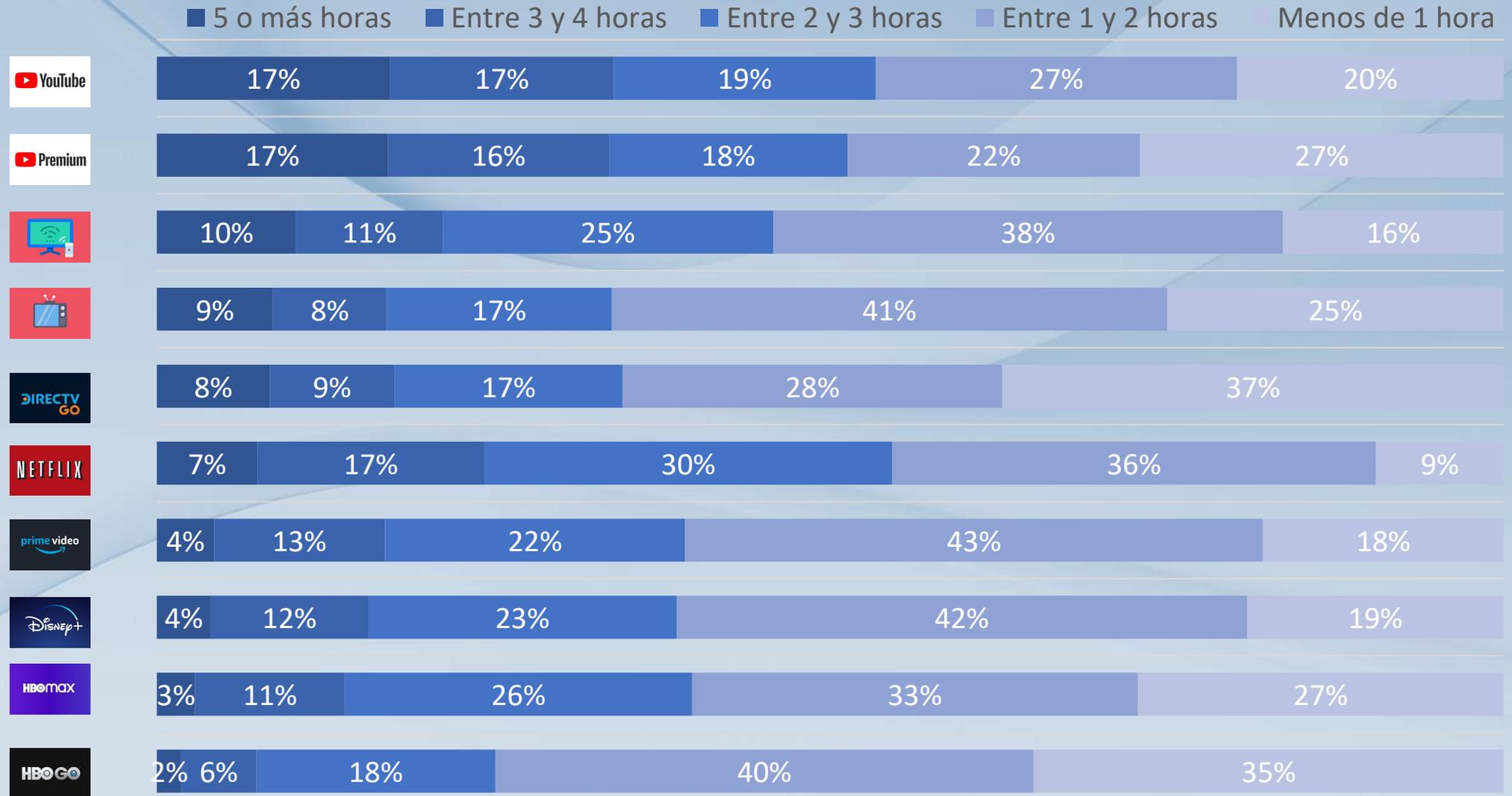
# Horario contenido



El 28% de las personas entre 35 y 45 años, ven **televisión** entre las 21:00 y las 00:00

El 31% de las personas de 13 y 19 años, ven **contenido** entre las 15:00 – 18:00

# Tiempo Plataforma



\*Top 10 Plataformas más utilizadas

P8. En promedio ¿Cuántas horas al día dedicas a ver contenido de video en cada una de las siguientes plataformas?

# Tiempo plataforma



La gran mayoría de las **mujeres y hombres** consumen entre **1 y 2 horas**



Las personas entre **35 y 45 años** están entre **1 y 2 horas**, viendo **Netflix / Amazon**

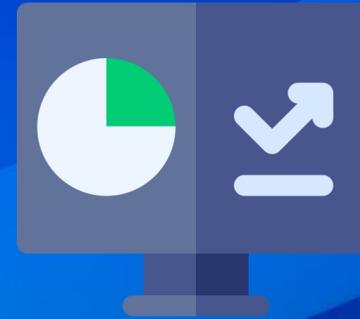


Los grupos **C3-D** son los que más consumen **Tv Abierta y Paga**

# Consumo cuarentena



Aumento de consumo  
en las plataformas  
pagadas



75%



73%



70%



69%

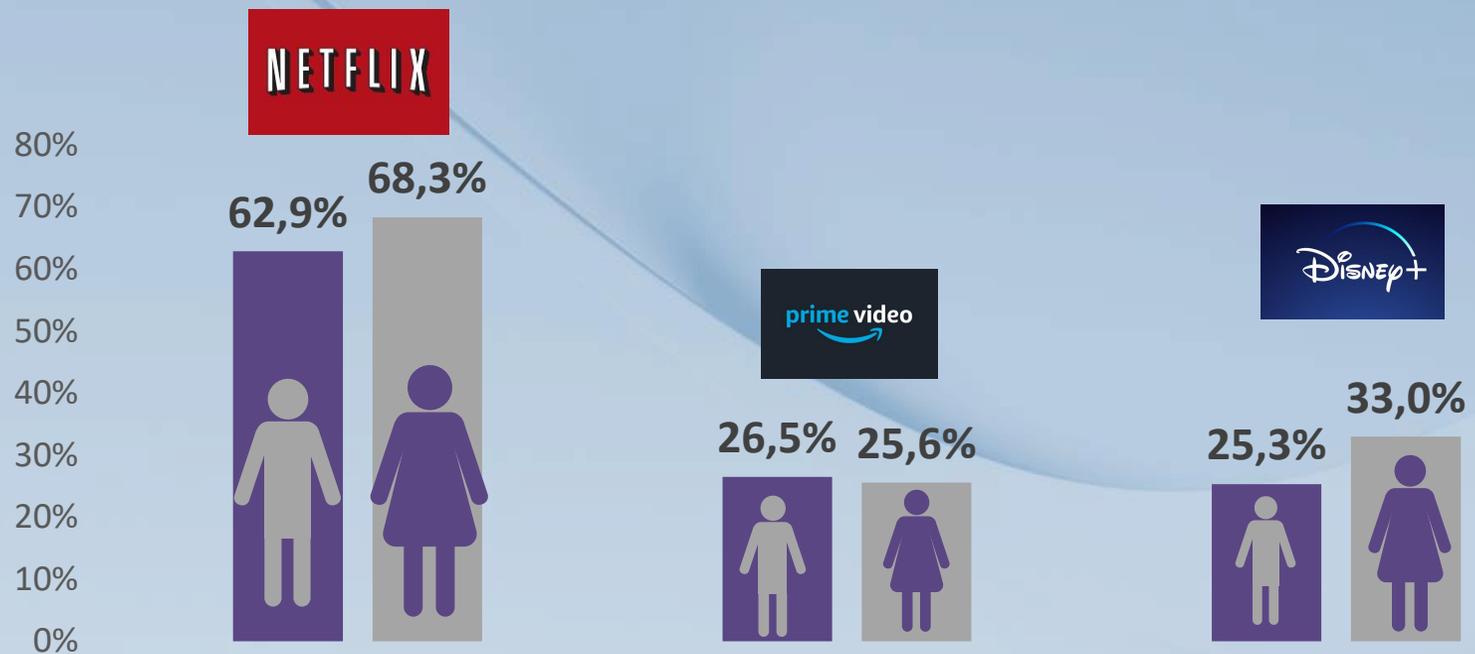


67%

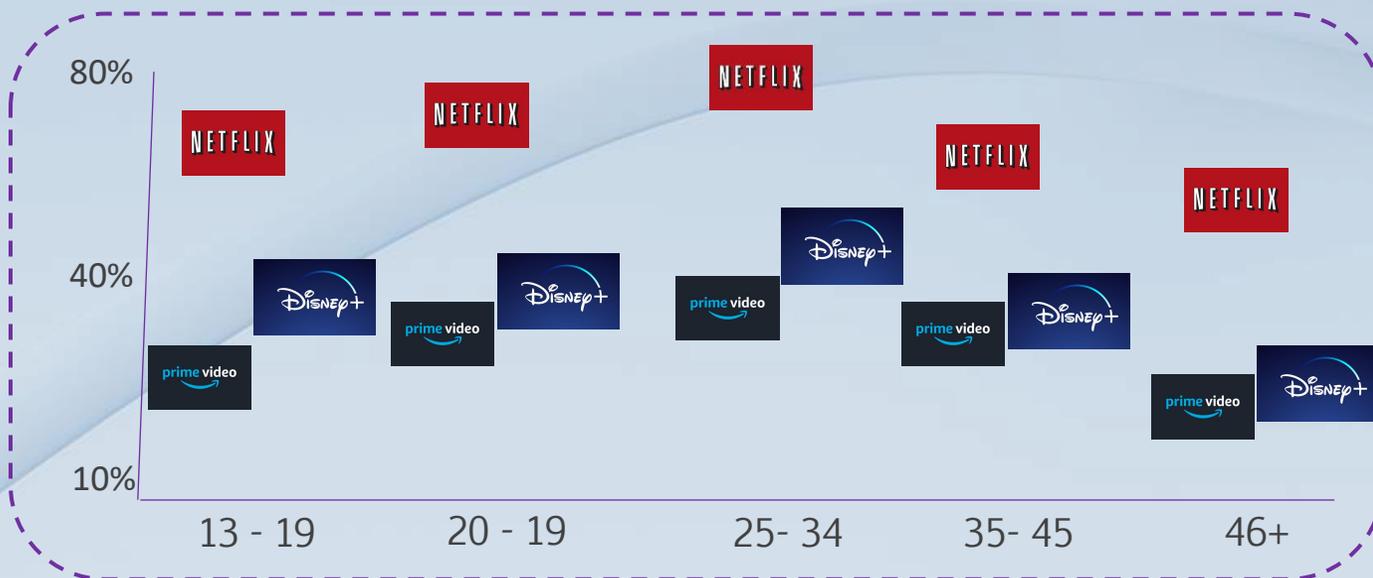


P9. Pensando en los meses en cuarentena o confinamiento ¿Consideras que viste más, igual o menos cada una de las siguientes plataformas respecto al periodo ANTES de la pandemia?

# Pago suscripción

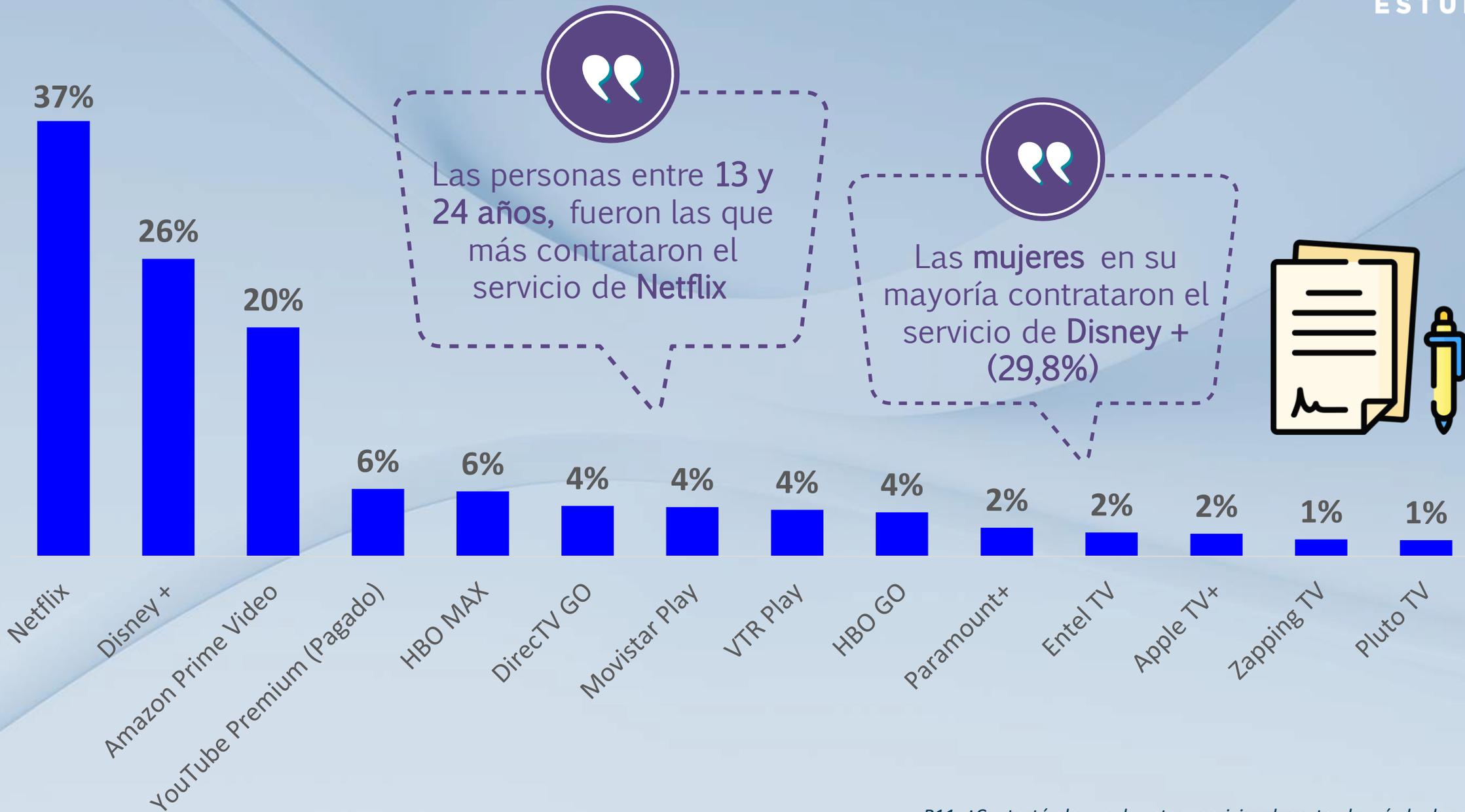


Las plataformas con mayor porcentajes de suscripción corresponden a Netflix 66% - Disney 29% - Amazon 26%

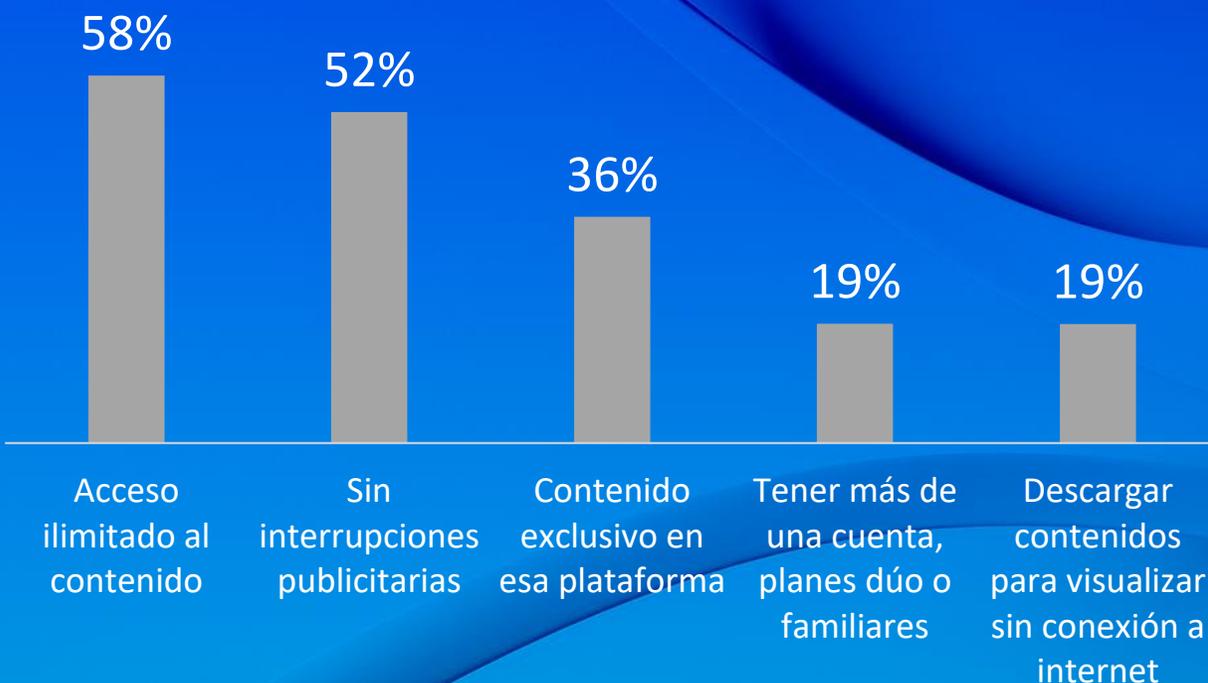


P10. ¿Pagas alguna suscripción de servicios de video on-demand o streaming?

# Contrato plataforma



# Razones para pagar suscripción

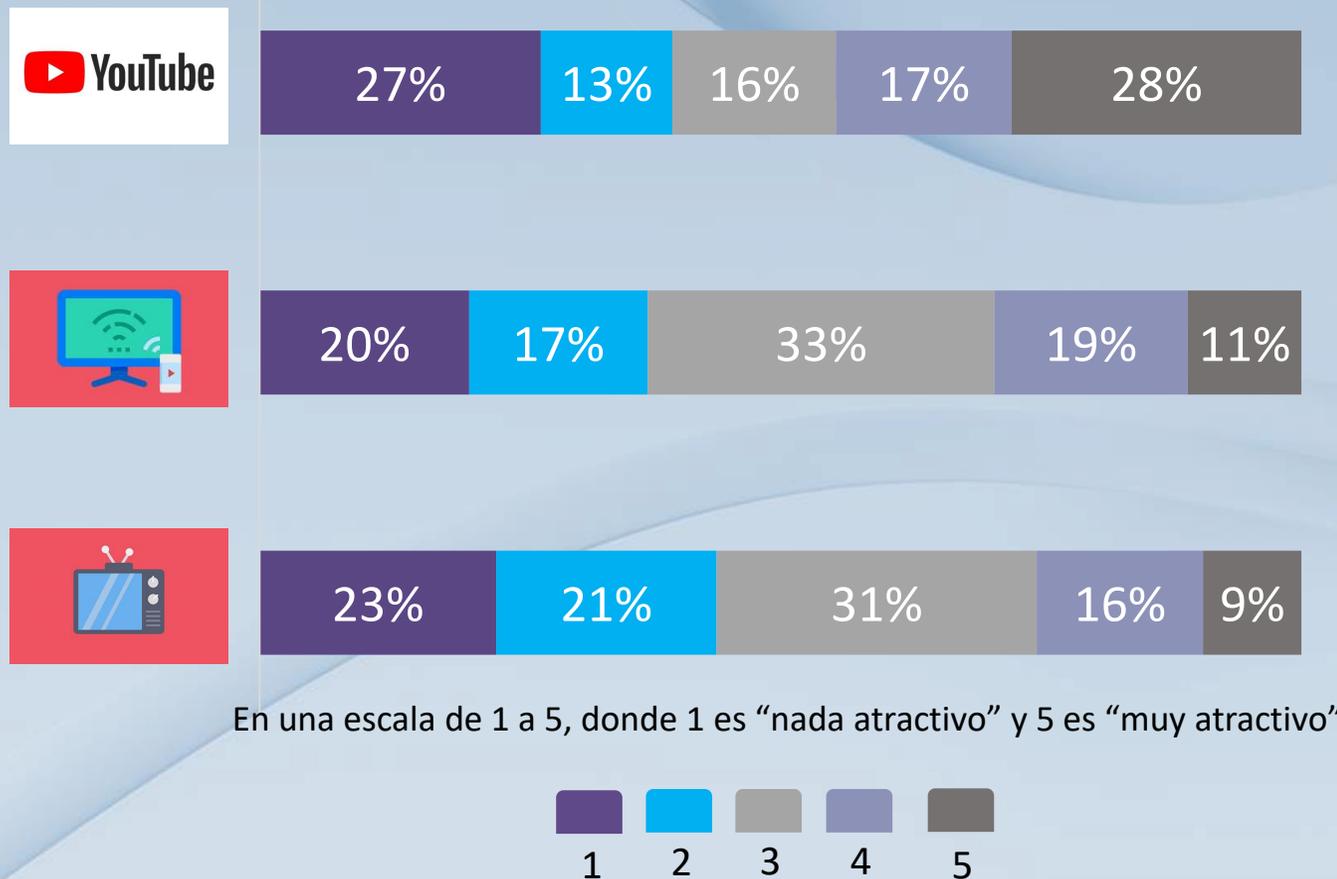


El **61%** de los **Hombres** pagan por acceso limitado (Mujeres 54%)

El **21%** de las **Mujeres** pagan por tener plan dúo o familiar (Hombres 16%)

Los jóvenes entre **20 y 24 años** pagan por **no tener interrupciones publicitarias**

## ¿Qué tan atractiva es la publicidad?



El 45% de los encuestados considera la publicidad en YouTube "Atractiva" o "Muy atractiva"

Al 33% y 31% de los encuestados le es indiferente la publicidad en TV Paga y TV Abierta en términos de atractivo

# CONCLUSIONES

- Tanto las **películas**, como los **programas de entretenimiento y ocio**, así como **noticias e información y series internacionales** son los contenidos preferidos de los chilenos logrando altos niveles de penetración.
- **YouTube y Netflix**, así como **otras OTT** llegaron a Chile para quedarse y **apoderarse de territorios específicos de contenido**. Películas, series, videos musicales y tutoriales son los contenidos más solicitados en dichas plataformas.
- Los **noticieros y programas informáticos**, así como **series y teleseries nacionales** son los contenidos más consumidos durante la semana por los chilenos, terreno en donde la TV Abierta todavía es líder.
- **TV Paga y TV Abierta** son las plataformas de video con **mayor frecuencia de consumo durante la semana**, mientras que YouTube es la plataforma que más tiempo le destinan los consumidores.
- **TV Abierta, TV Paga y las OTT** se consumen principalmente en el televisor, mientras que YouTube lidera fuertemente en dispositivos móviles.
- Las **plataformas de suscripción seguirán creciendo** en a medida que ofrezcan contenidos relevantes para el consumidor



AAM|  
ESTUDIOS

TV PAGA

HBomax

VOD

# LA NUEVA TELEVISIÓN

TV  
ABIERTA

NETFLIX

Disney+



[www.aam.cl](http://www.aam.cl)    

groupm

 havas  
media group

MEDIABRANDS

OMG  
Omnicom Media Group

  
PUBLICIS  
MEDIA