



# INFORME DE LECTORÍA

*Enero – Septiembre 2015*

# DIARIOS Y REVISTAS

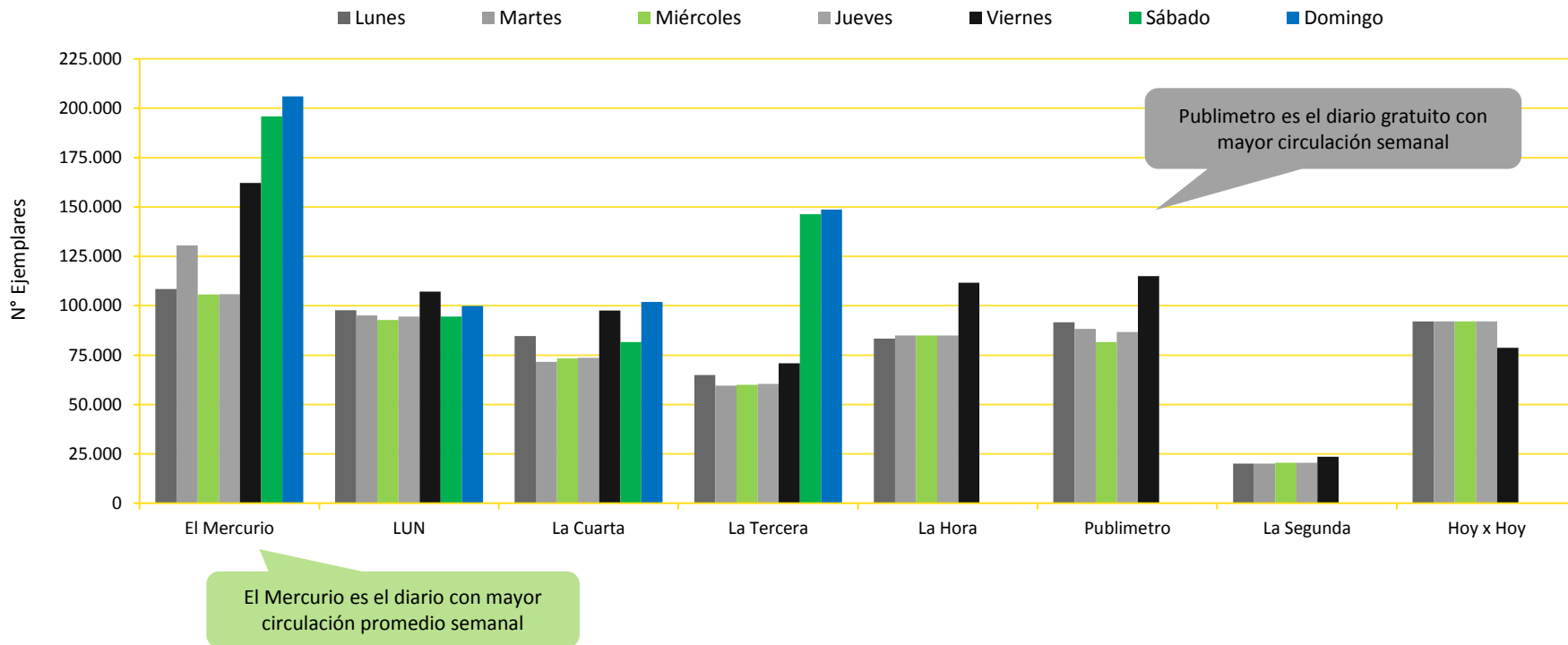
- Existen cerca de 100 títulos de Diarios y más de 400 de revistas en todo el país, de los cuales 7 tienen cobertura Nacional y 6 de ellos, pertenecen a grandes grupos editoriales.
- **LOS PRINCIPALES GRUPOS EDITORIALES DE DIARIOS SON:**
  - Grupo Copesa: La tercera, La Cuarta, Pulso, La Hora.
  - El Mercurio: El Mercurio, Las Últimas Noticias, La Segunda, Hoy x hoy.
- **LOS TRES GRANDES GRUPOS EDITORIALES DE REVISTAS SON:**
  - Televisa, que comercializa más de 15 títulos,
  - Holanda Comunicaciones con 8 títulos y
  - Copesa con las revistas Qué Pasa y Paula.
- Válida es el organismo que certifica los niveles de circulación, lectura y hábitos de lectoría de los medios escritos en el país. Está formado por la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP).
- Ipsos es la empresa que realiza el estudio, contratado por Válida como empresa de investigación. Audita en Santiago los niveles de lectoría de 8 títulos de diarios y los entrega mensualmente utilizando semestres móviles. En el caso de revistas, cada 3 meses libera bases anuales con 31 títulos.
- Con respecto a los lectores de Ediciones Digitales: Son todos aquellos que leen algún diario online, es decir “aquellos que ojean el papel digital”, no válido para sitios como Terra, emol etc.



# DIARIOS Y SUPLEMENTOS

# CIRCULACIÓN DE DIARIO

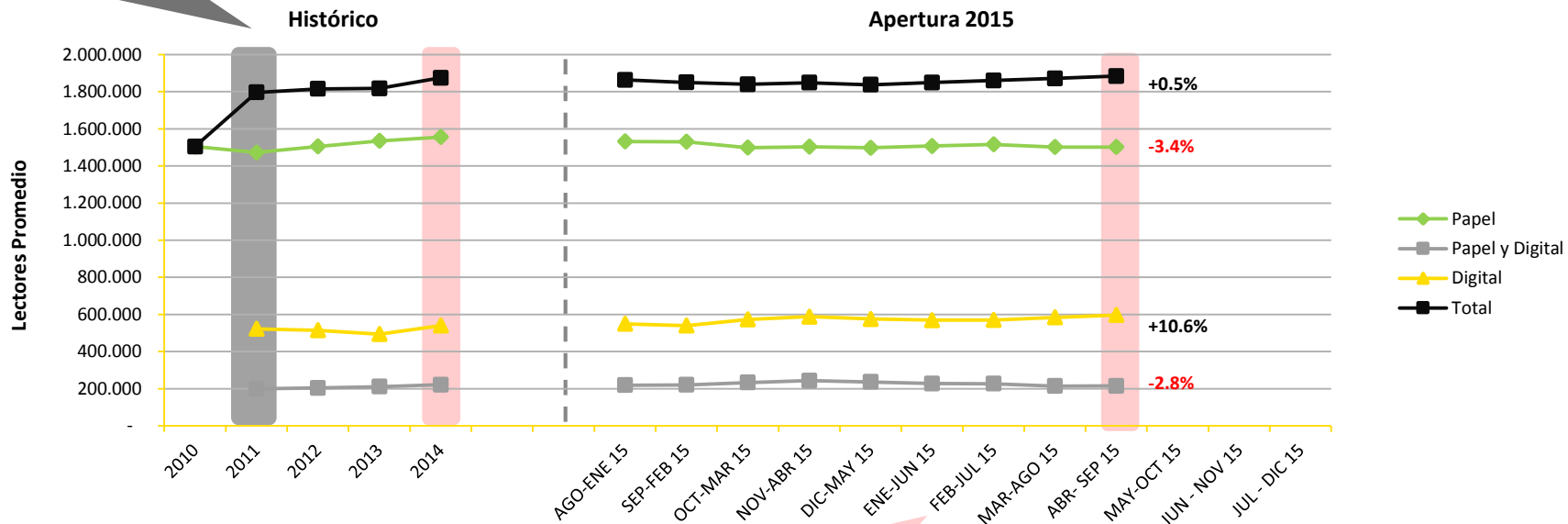
## PRIMER SEMESTRE 2015



# EVOLUCIÓN DE LECTORES PROMEDIO

## EDICIONES PAPEL Y DIGITAL: LUNES A DOMINGO

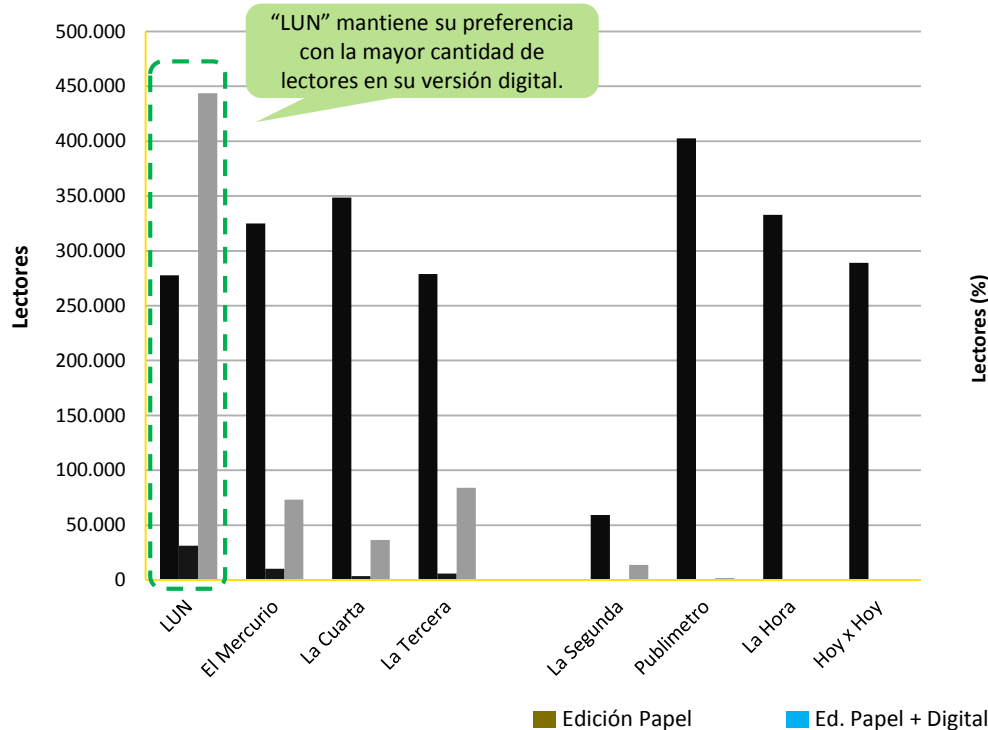
En 2011 comienza la medición de lectoría en formato digital.



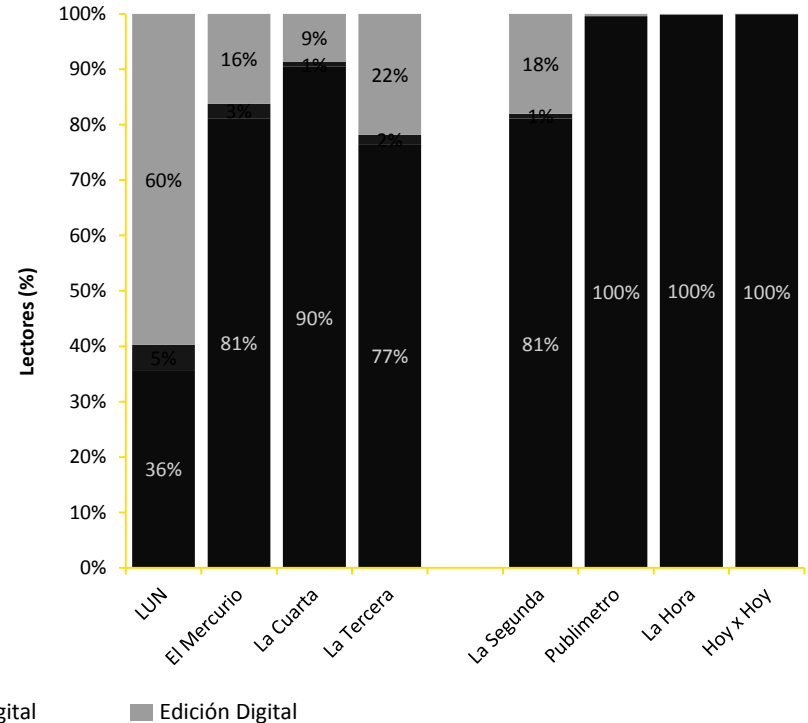
Los lectores Digital presentan una variación positiva con un 10.6% superior respecto al total 2014.

# LECTORÍA PROMEDIO SEMANAL

## N° de Lectores por plataforma



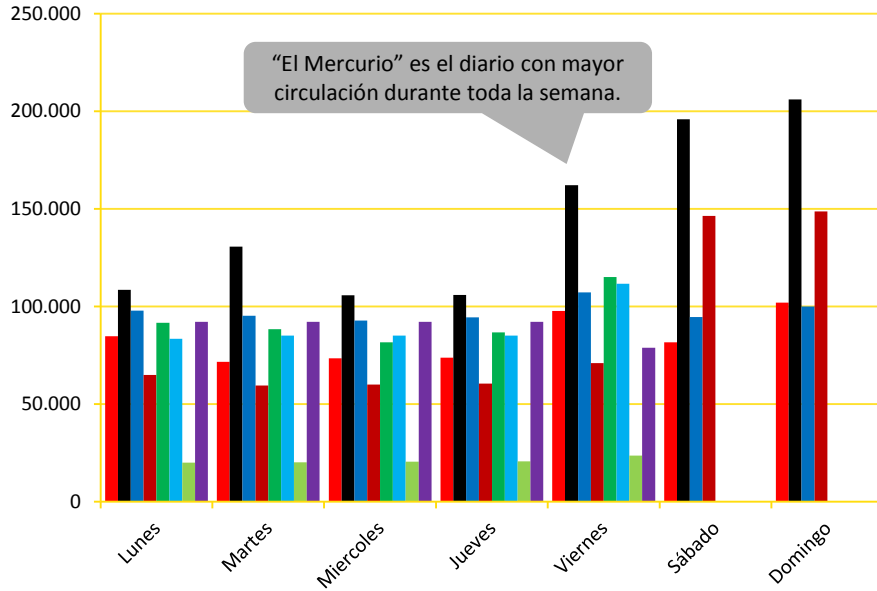
## Composición de Lectores



# LECTORES DIARIOS EDICIÓN PAPEL

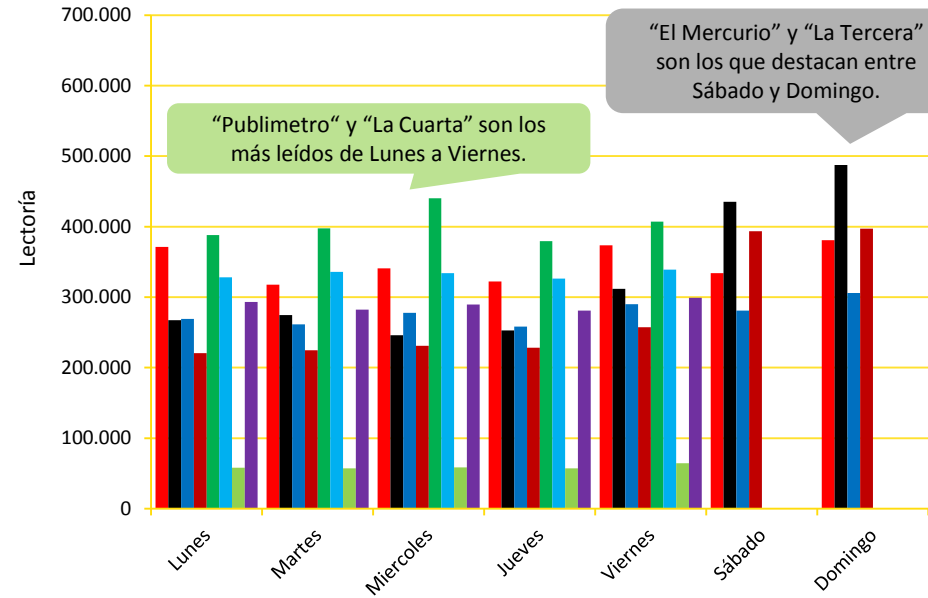
## Circulación por día de la semana

- LA CUARTA
- EL MERCURIO
- LAS ULTIMAS NOTICIAS
- LA TERCERA
- PUBLIMETRO
- LA HORA
- LA SEGUNDA
- HOY X HOY



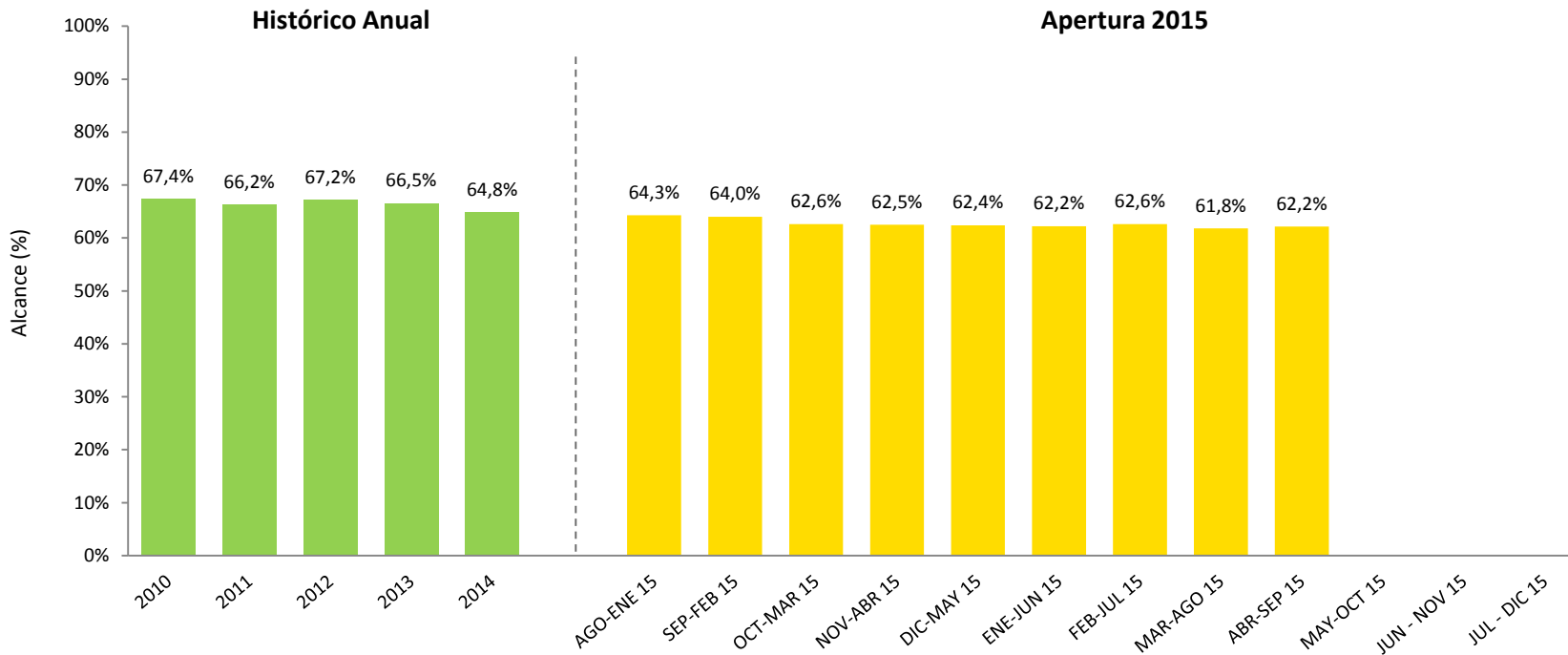
## Lectoría por día de la semana

- LA CUARTA
- EL MERCURIO
- LAS ULTIMAS NOTICIAS
- LA TERCERA
- PUBLIMETRO
- LA HORA
- LA SEGUNDA
- HOY X HOY



# ALCANCE DE DIARIOS PAPEL

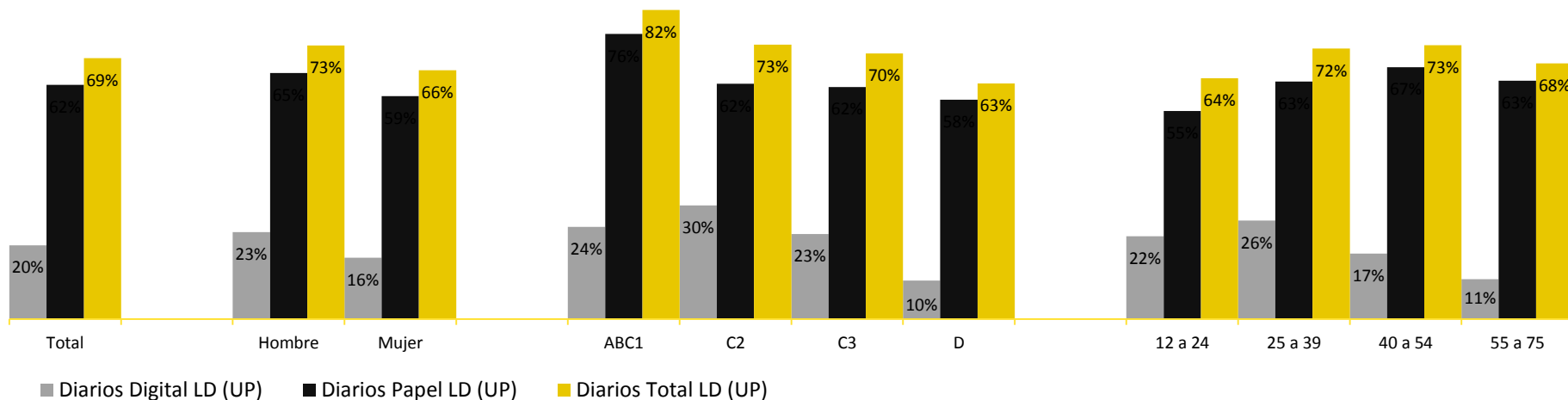
## TOTAL INDIVIDUOS DE LUNES A DOMINGO





# ALCANCE DE DIARIOS (SEGÚN SEXO, NSE Y RANGO ETARIO)

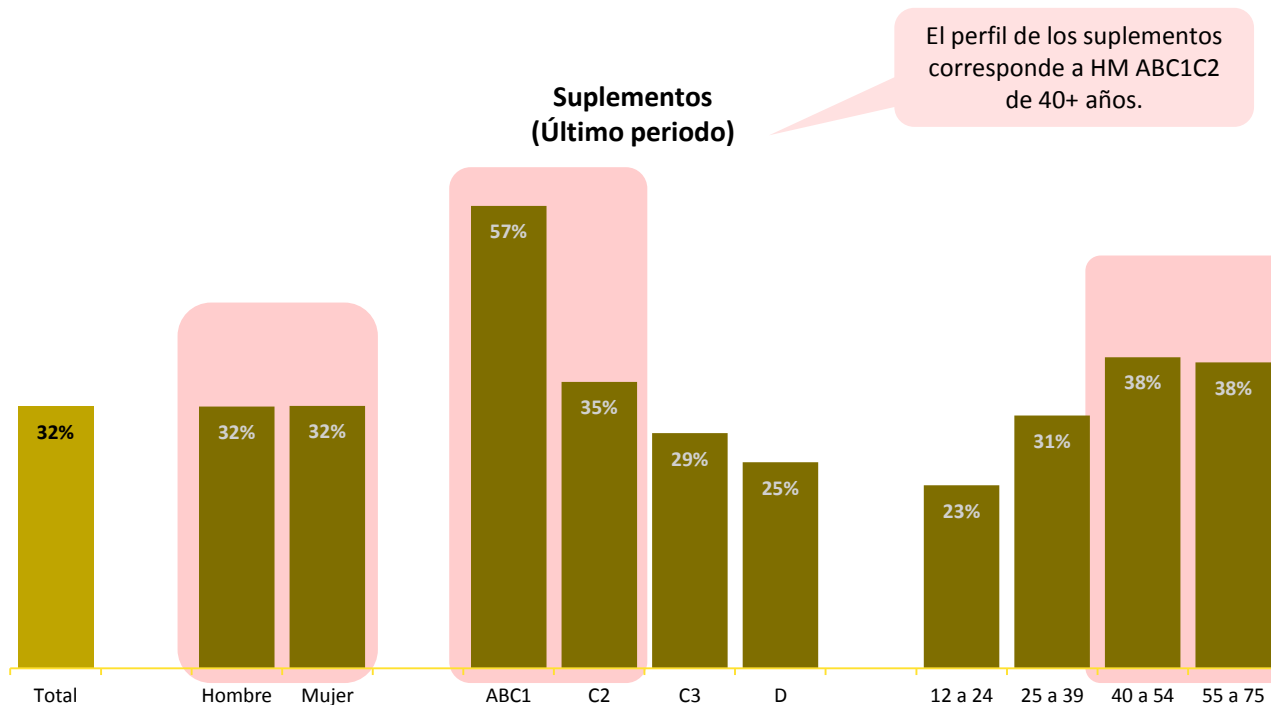
## Diarios (Lunes a Domingo)



En el alcance del formato digital predominan los hombres ABC1C2 de 12 a 39 años.

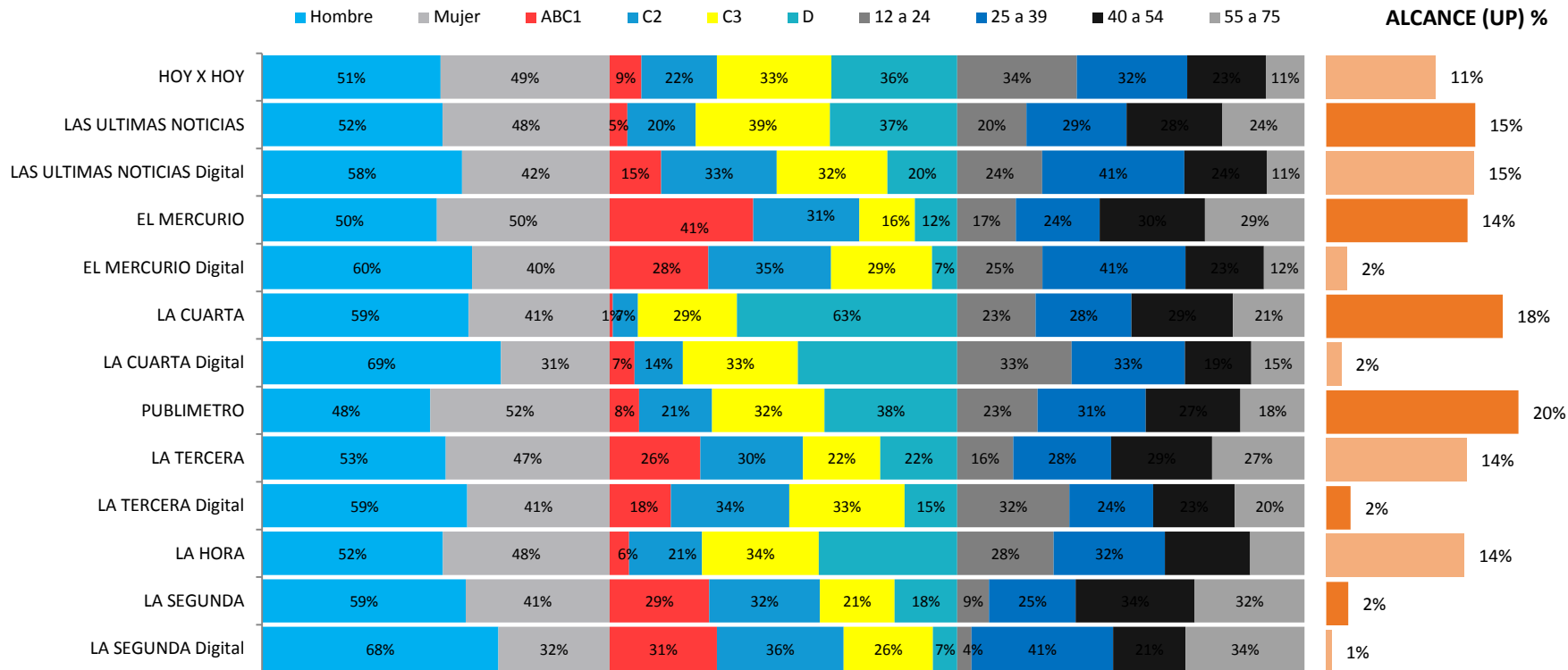
Los hombres ABC de 25+ años son los principales alcanzados por la edición papel.

# ALCANCE DE SUPLEMENTOS (SEGÚN SEXO, NSE Y RANGO ETARIO)

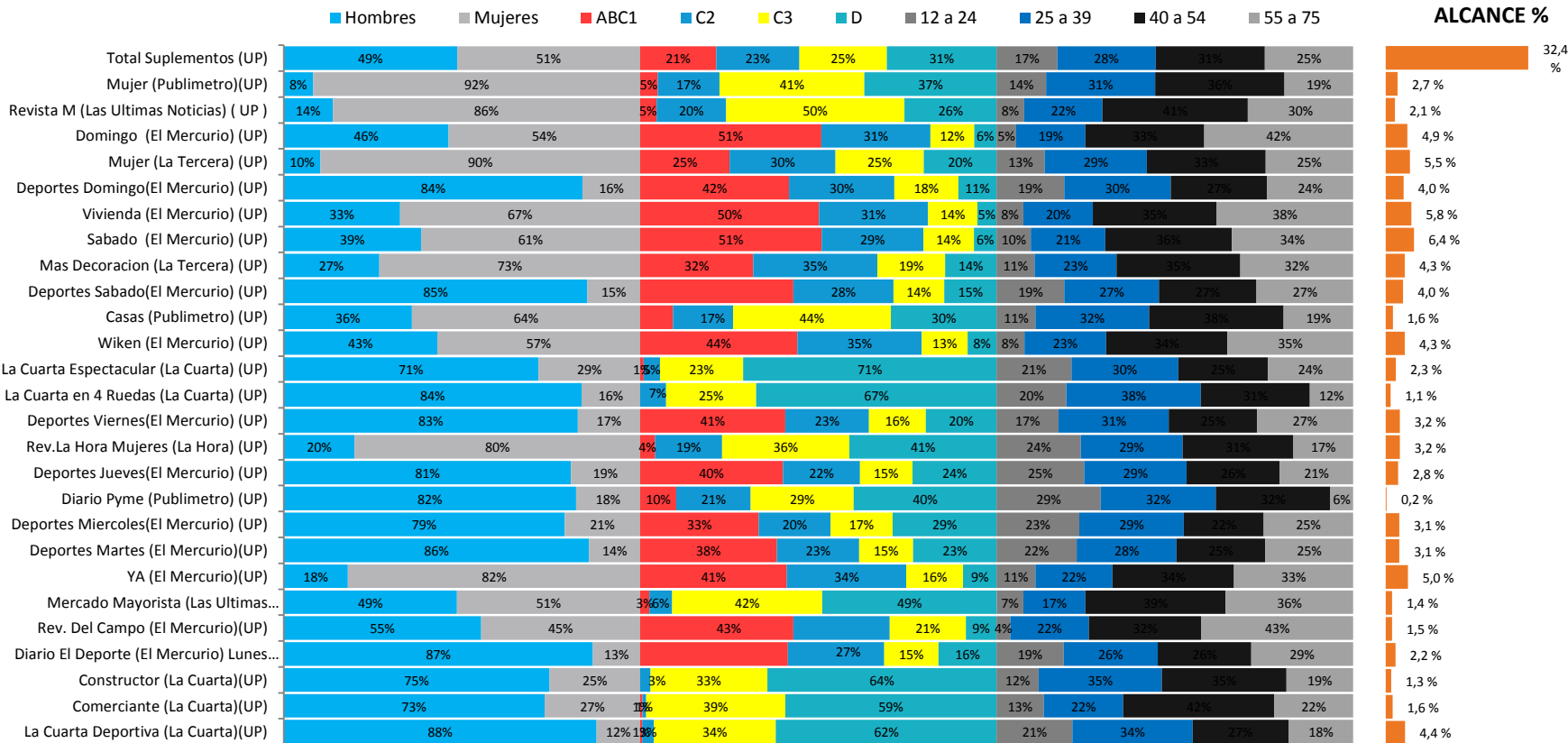


# PERFIL DE DIARIOS POR TIPO DE SOPORTE

## LECTORÍA PROMEDIO SEMANAL

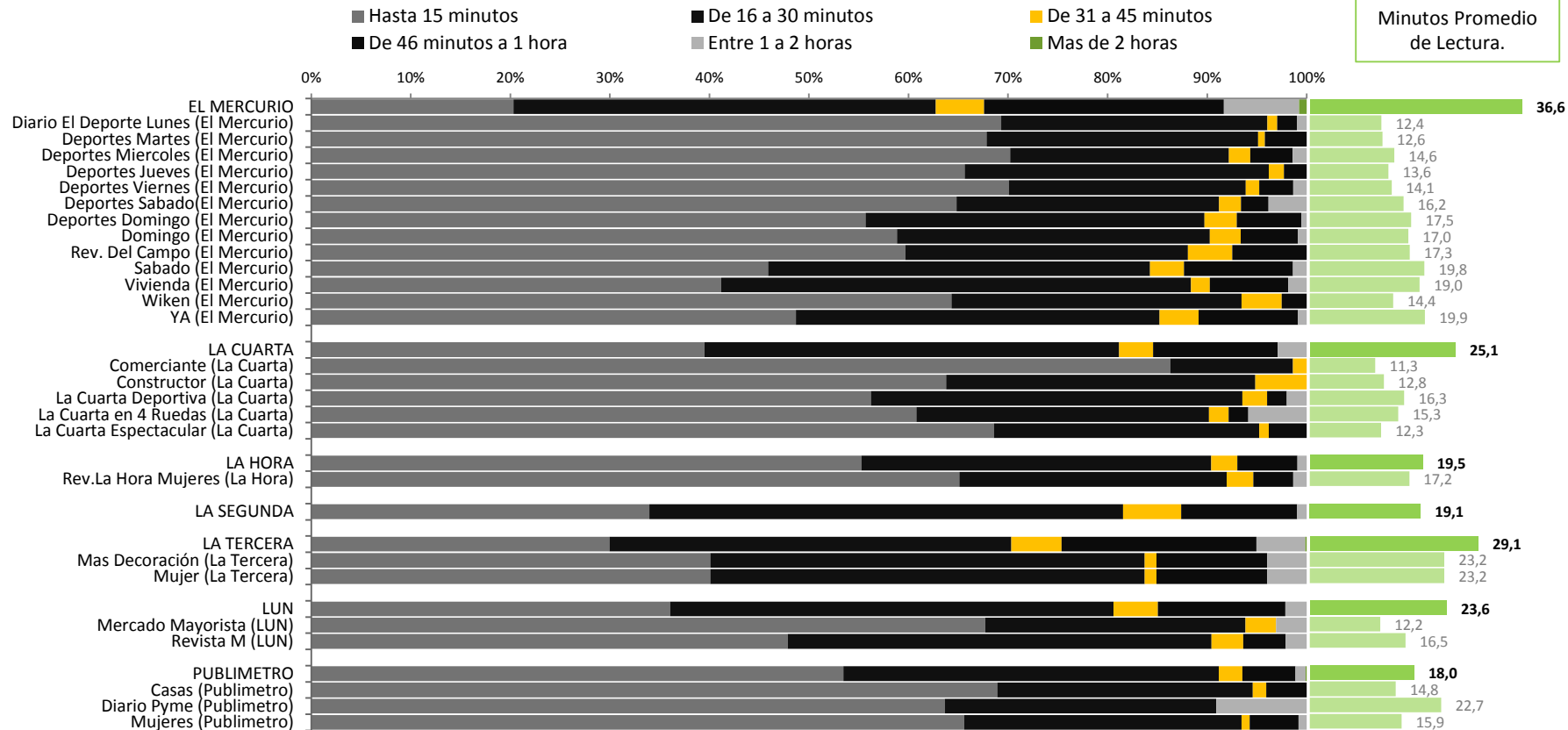


# PERFIL DE SUPLEMENTOS

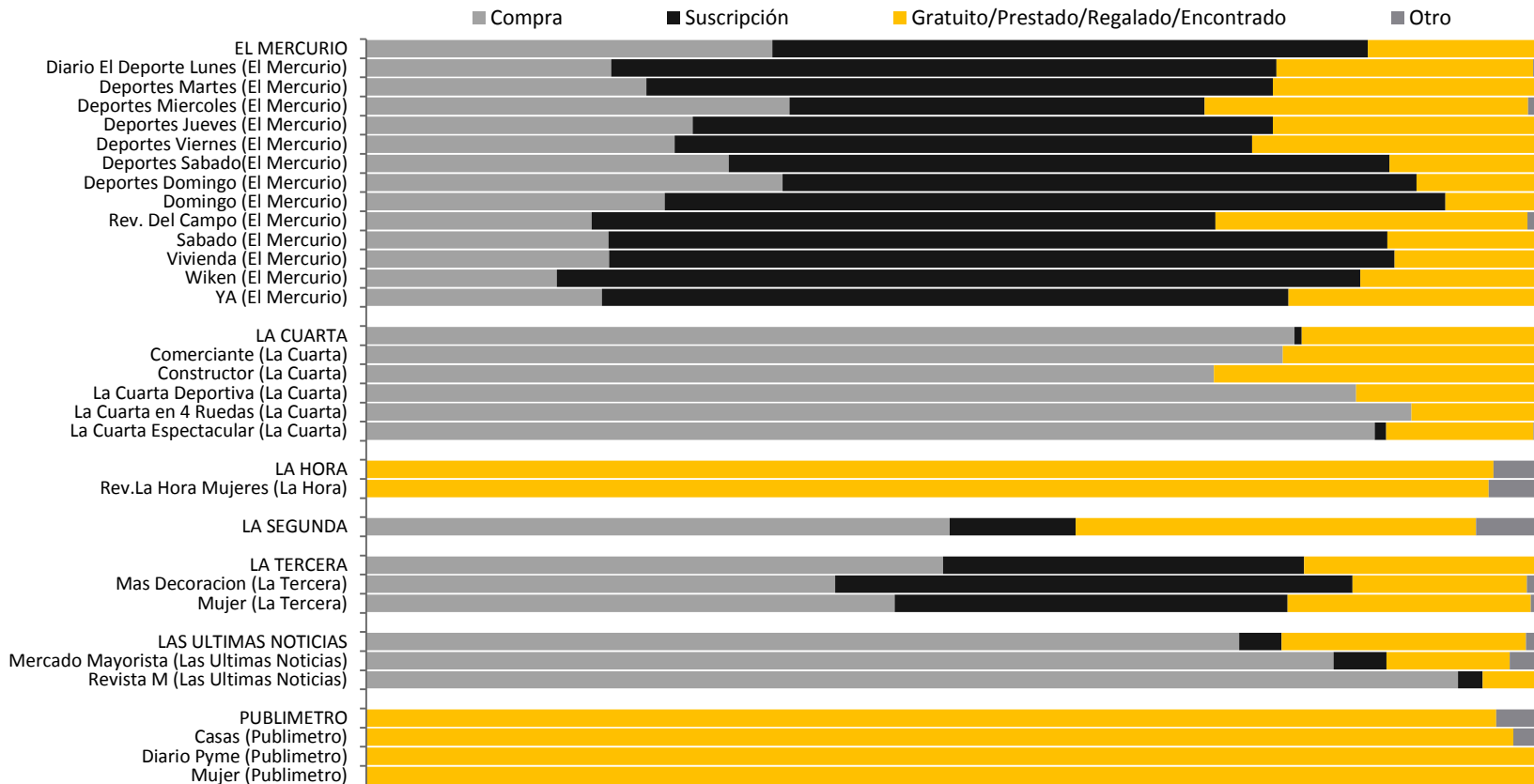


# TIEMPO DE LECTURA PROMEDIO DE DIARIOS

Minutos Promedio  
de Lectura.

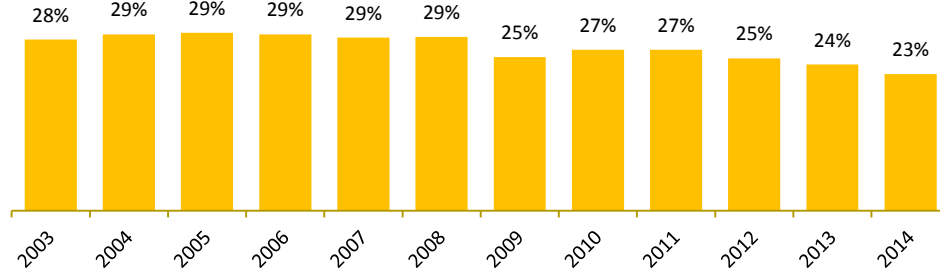


# OBTENCIÓN DE DIARIOS EDICIÓN PAPEL

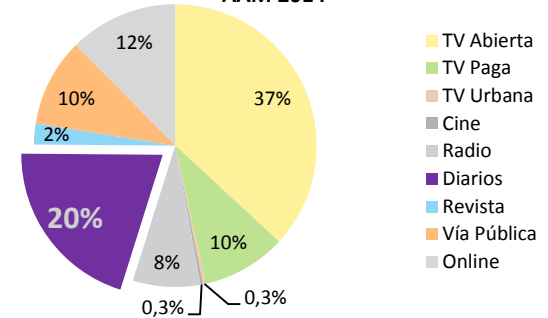


# INVERSIONES PUBLICITARIAS

Share histórico de Prensa ACHAP

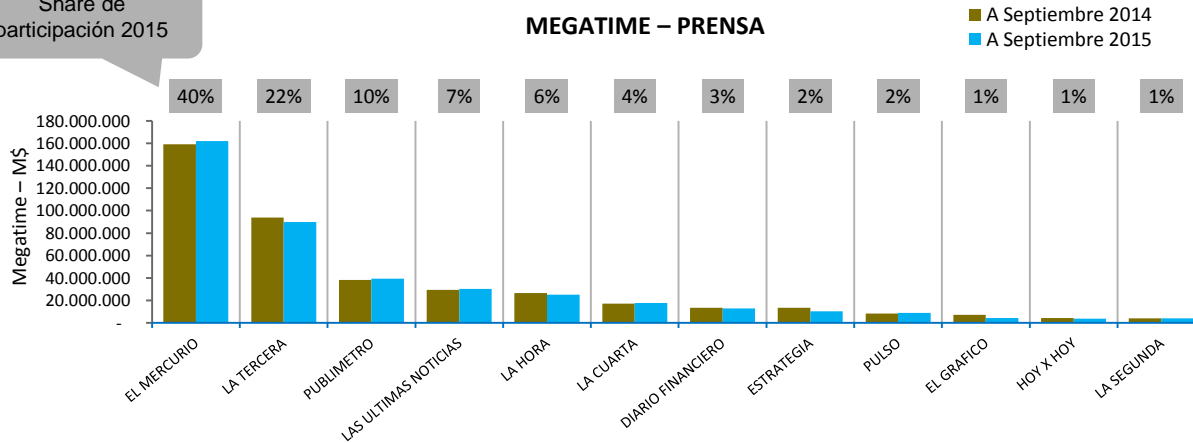


Share de medios e inversión real mes a mes Prensa AAM 2014



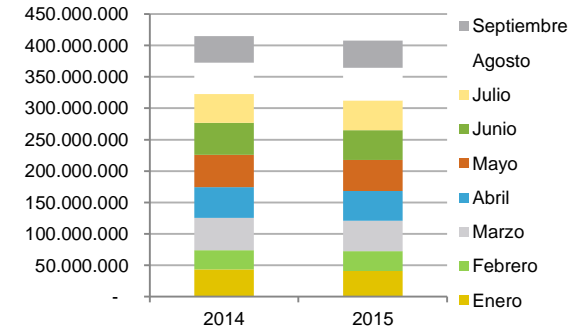
Share de participación 2015

MEGATIME – PRENSA



La inversión aumentó un 3% en Septiembre, en comparación al mismo mes 2014, aunque la inversión total Ene-Sep 2015 bajó un 2% en base al año pasado.

Inversión Total Prensa



# INVERSIONES PUBLICITARIAS

## PRIMERAS 20 EMPRESAS / ENE-SEP 2015 VS. ENE-SEP 2014

#	EMPRESAS	M\$ a Septiembre 2014	M\$ a Septiembre 2015	Var.%
1	FALABELLA S.A.C.I.	13,276,699	15,075,470	14%
2	ECONOMICOS CLASIFICADOS	11,301,794	12,451,606	10%
3	ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES	9,193,795	9,349,988	2%
4	PARIS S.A.	7,280,136	6,946,246	-5%
5	GENERAL MOTORS CHILE	6,891,139	5,875,224	-15%
6	DERCO AUTO S.A.	4,929,226	5,369,233	9%
7	COMERCIAL E.C.C.S.A.	6,596,549	5,341,093	-19%
8	CLARO TELEFONIA MOVIL	3,952,217	5,109,984	29%
9	DETERMINADOS	4,437,617	4,911,331	11%
10	MOVISTAR	6,065,269	4,723,735	-22%
11	CENCOSUD	3,223,516	4,700,486	46%
12	JUMBO HIPERMERCADO	3,364,150	4,534,103	35%
13	AUTOMOTORES GILDEMEISTER S. A.	4,607,554	4,479,258	-3%
14	WALMART CHILE COMERCIAL LTDA	5,429,547	4,467,136	-18%
15	BANCO DE CHILE	2,617,958	4,210,447	61%
16	GUILLERMO MORALES AUTOMOTRIZ	4,481,135	3,667,457	-18%
17	DITEC S.A.	2,490,902	3,592,960	44%
18	FARMACIA AHUMADA	3,677,330	3,435,456	-7%
19	FARMACIAS CRUZ VERDE LTDA.	4,260,823	3,295,272	-23%
20	BANCO DE SANTANDER	4,363,077	3,172,397	-27%



# INVERSIONES PUBLICITARIAS

## PRIMEROS 20 RUBROS / ENE-SEP 2015 VS. ENE-SEP 2014

#	RUBRO	M\$ a Septiembre 2014	M\$ a Septiembre 2015	Var.%
1	VEHICULOS DE PASAJEROS	42,292,504	37,885,528	-10%
2	GRANDES TIENDAS DE DEPARTAMENTO	36,283,450	35,263,049	-3%
3	VARIAS CATEGORIAS	30,282,417	31,822,173	5%
4	CONSTRUCTORA Y CORREDORES DE PROPIEDADES	19,835,388	26,472,113	33%
5	COMPRA VENTA Y CONCESIONARIOS DE AUTOMOVILES	23,924,441	22,379,242	-6%
6	COLEGIOS Y UNIVERSIDADES	22,139,085	19,051,578	-14%
7	TELEFONIA	17,545,170	18,290,651	4%
8	SUPER E HIPERMERCADOS	12,609,797	14,497,970	15%
9	TARJETAS DE CREDITO	9,982,053	11,484,097	15%
10	OTROS SERVICIOS AL CONSUMIDOR	11,810,082	11,003,543	-7%
11	FARMACIAS Y PERFUMERIA	11,137,286	9,885,554	-11%
12	INSTITUCIONES FINANCIERAS	9,110,586	9,002,096	-1%
13	SERVICIOS BANCARIOS	7,731,644	8,552,200	11%
14	MEDIOS ELECTRONICOS	8,688,566	7,582,817	-13%
15	CAMPANAS PUBLICAS	6,092,793	6,979,316	15%
16	VEHICULOS DE TRABAJO	8,049,823	6,929,357	-14%
17	EVENTOS SOCIALES Y CULTURALES	6,720,423	6,004,702	-11%
18	SERVICIOS DE SALUD	4,691,544	4,742,352	1%
19	EQUIPOS Y ACCESORIOS TELEFONICOS	4,182,403	4,606,583	10%
20	SITIOS	5,630,111	4,252,229	-24%

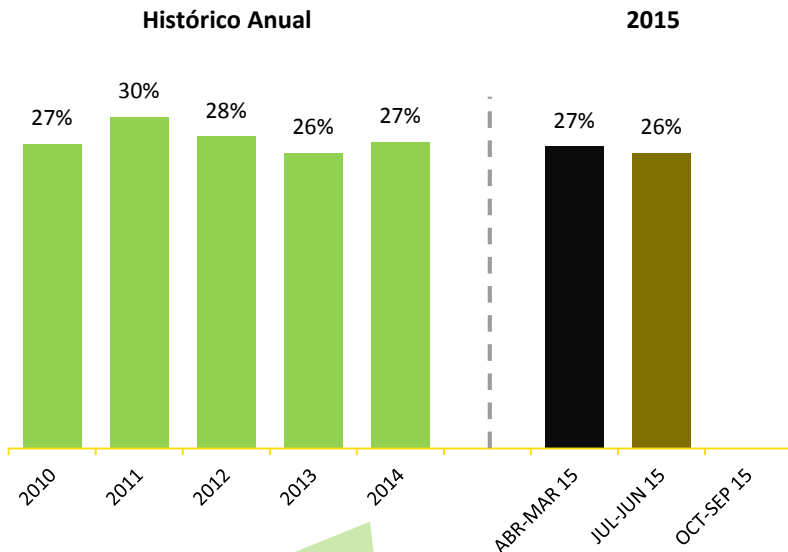


**AAM**  
Asociación Chilena  
de Agencias de Medios AG

# REVISTAS

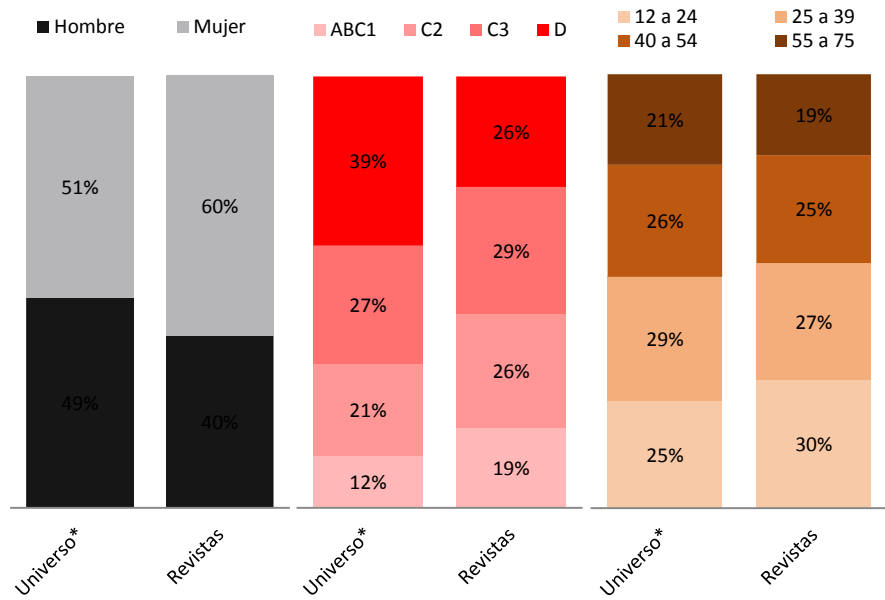
# REVISTAS: ALCANCE Y PERFIL

## Alcance %



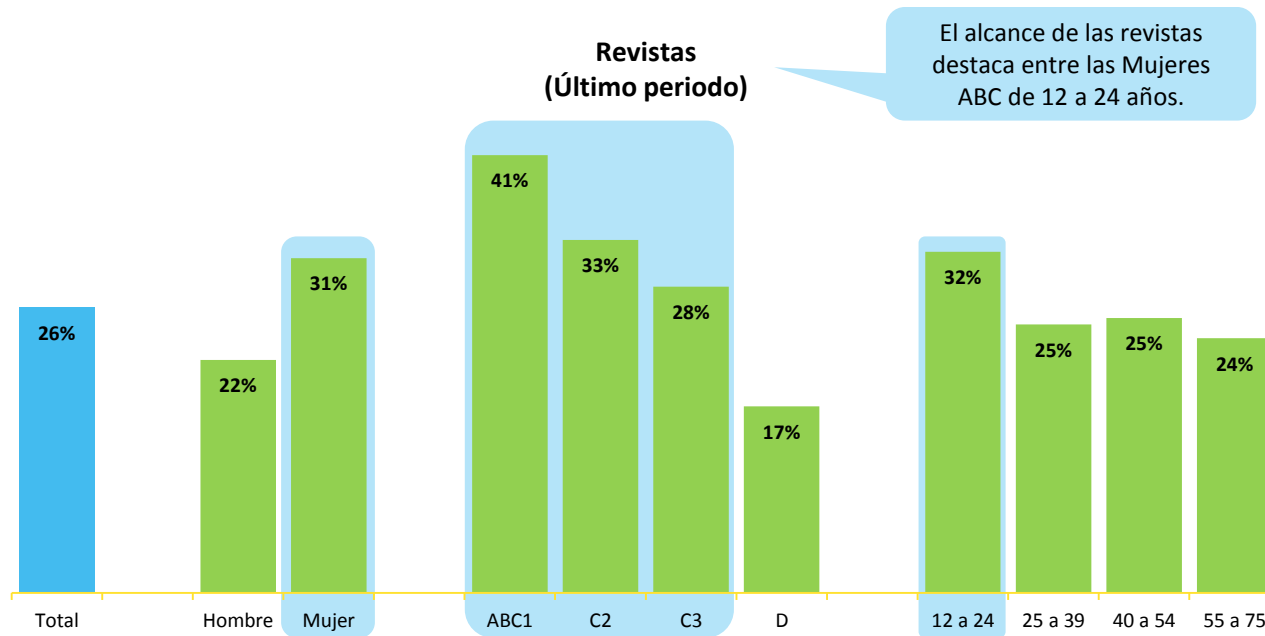
La lectura de revistas aumentó en un 1% durante 2014, en comparación al año 2013.

## Perfil



El perfil de las revistas corresponde a Mujeres ABC entre los 12 a 24 años.

# ALCANCE DE REVISTAS (SEGÚN SEXO, NSE Y RANGO ETARIO)

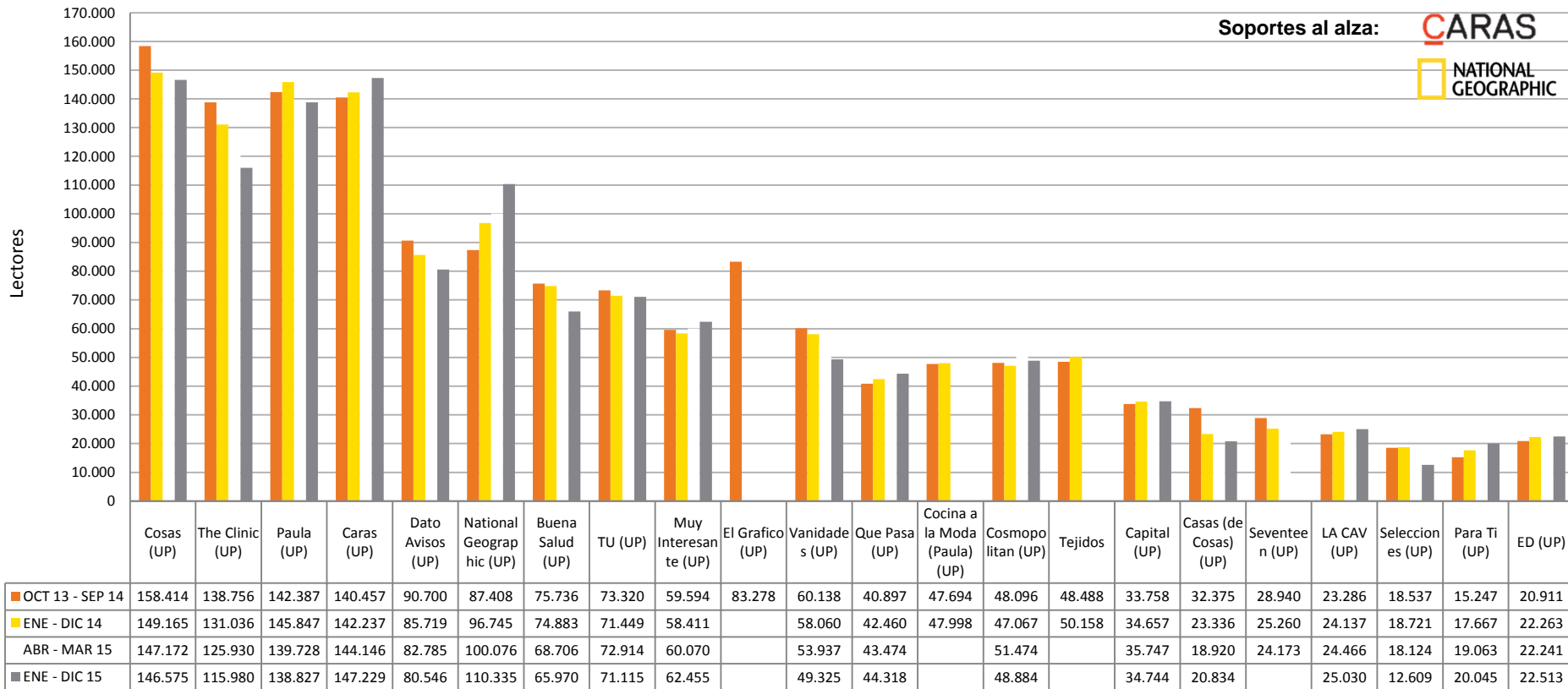


# EVOLUCIÓN DE LECTORÍA REVISTAS 4 ÚLTIMOS PERIODOS

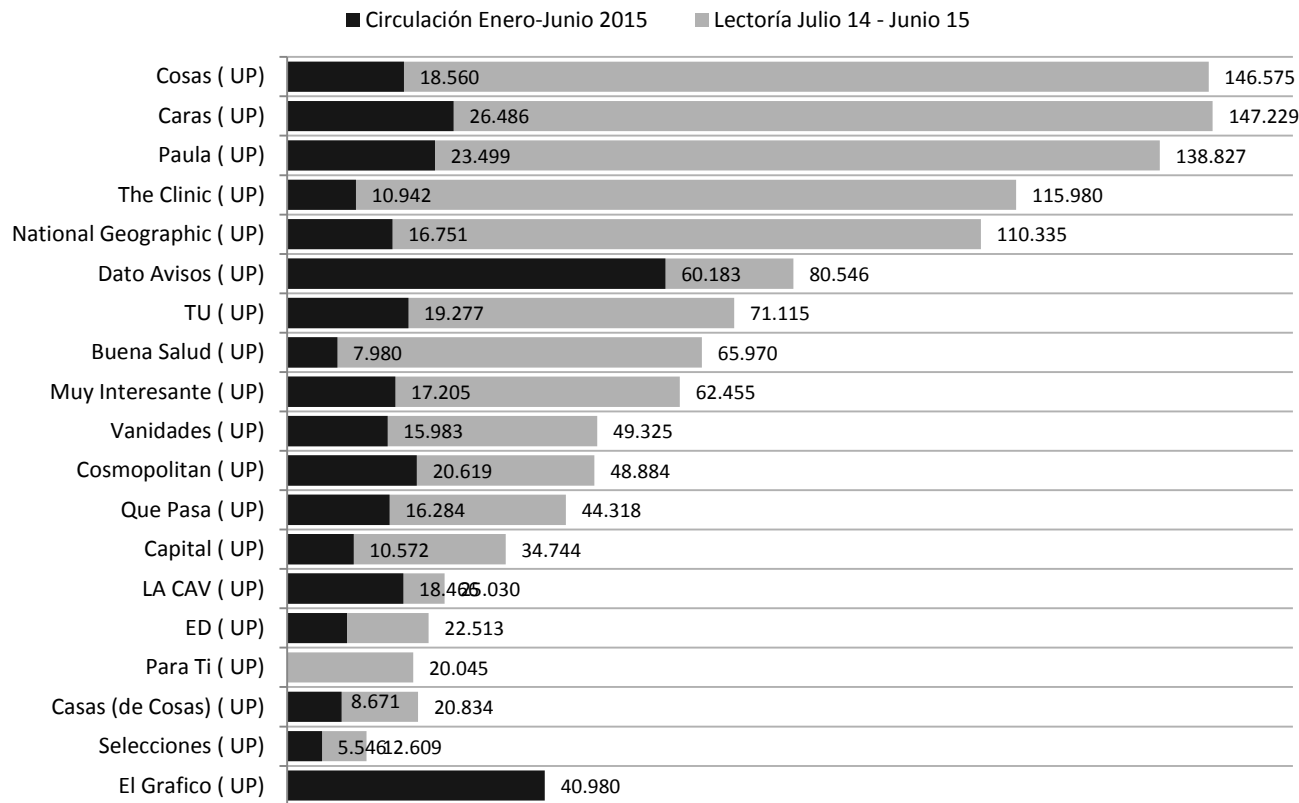
Soportes al alza:

**CARAS**

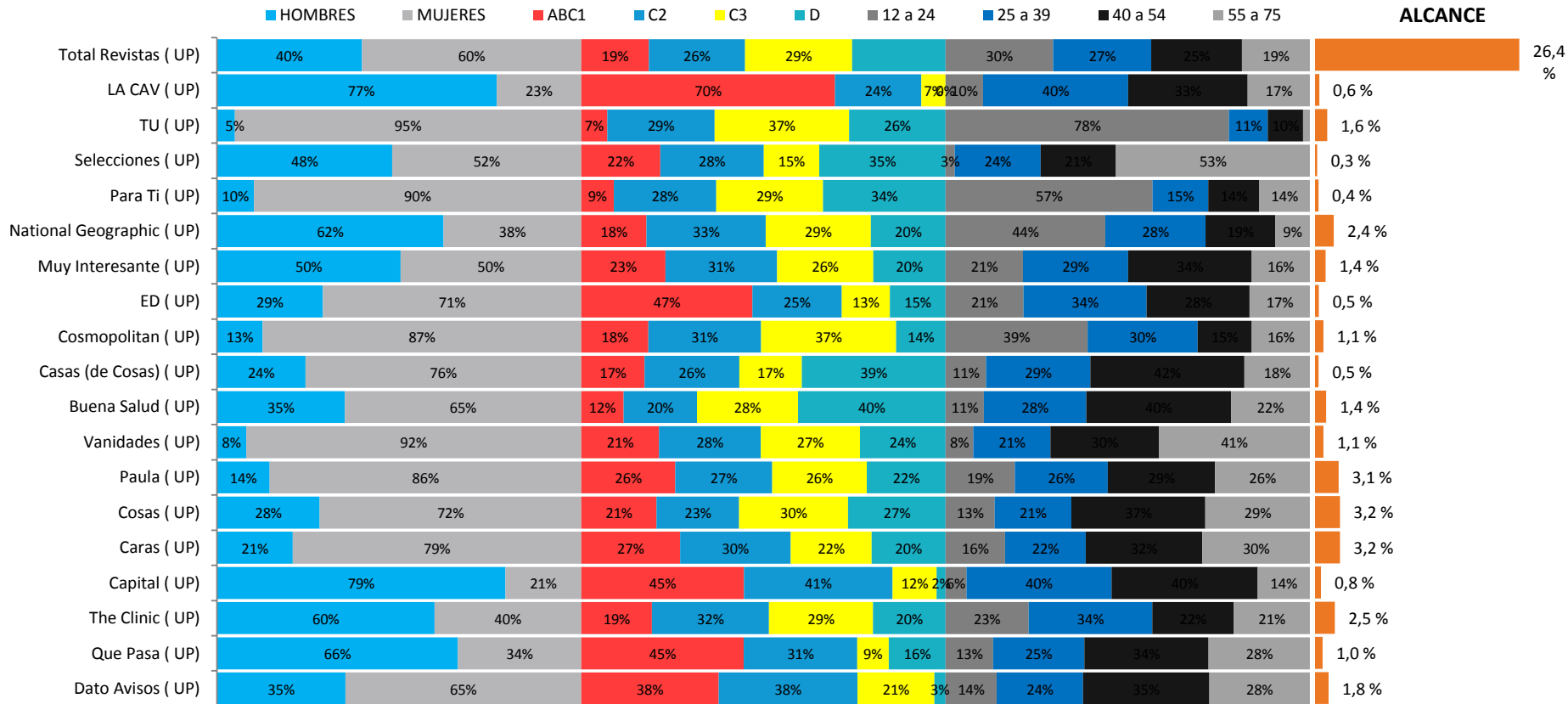
**NATIONAL  
GEOGRAPHIC**



# LECTORÍA VS. CIRCULACIÓN

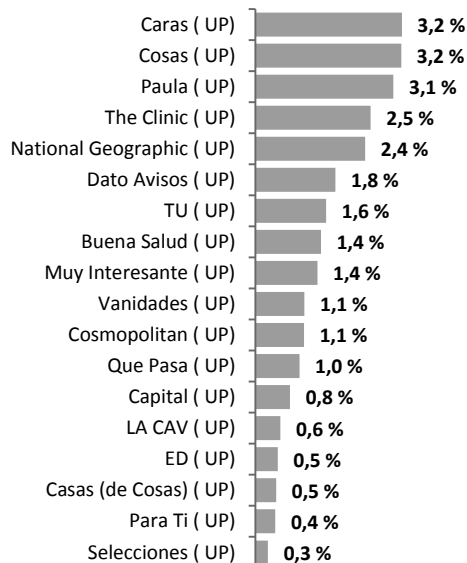


# PERFIL DE LECTORES DE REVISTAS POR TÍTULO

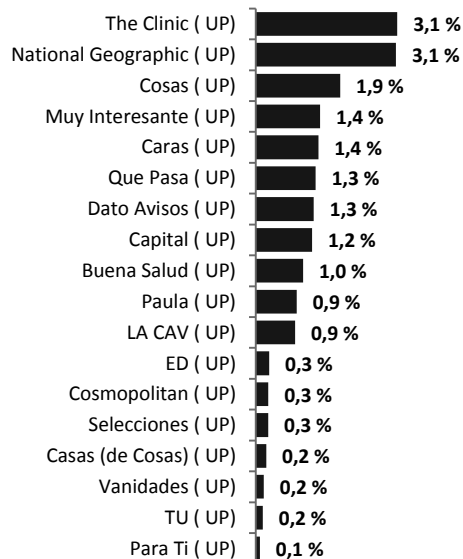


# RANKING DE REVISTAS POR TÍTULO

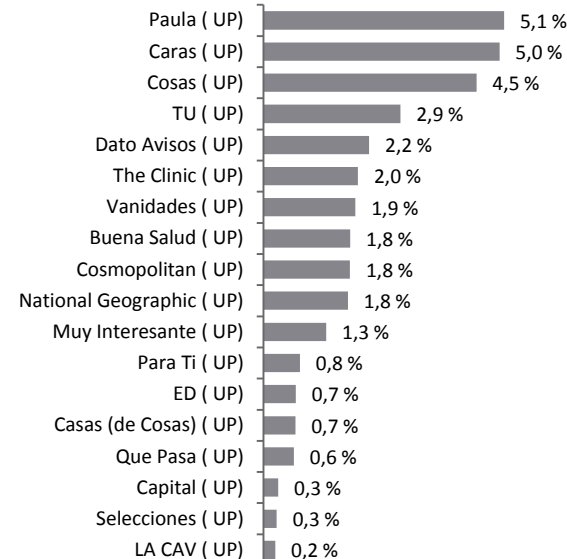
## TOTAL



## HOMBRES



## MUJERES



TOP 1



TOP 1



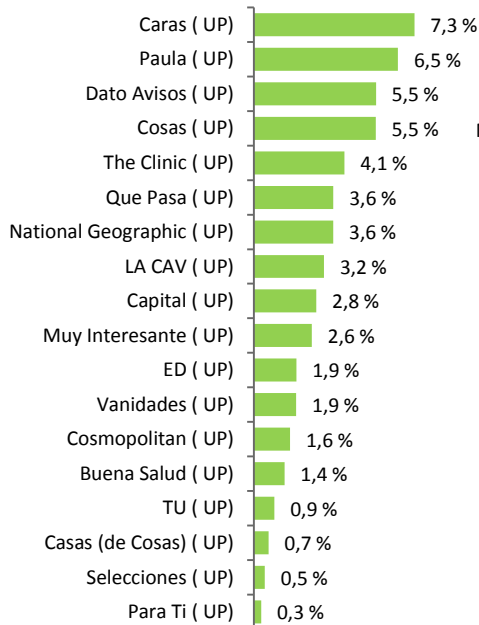
TOP 1



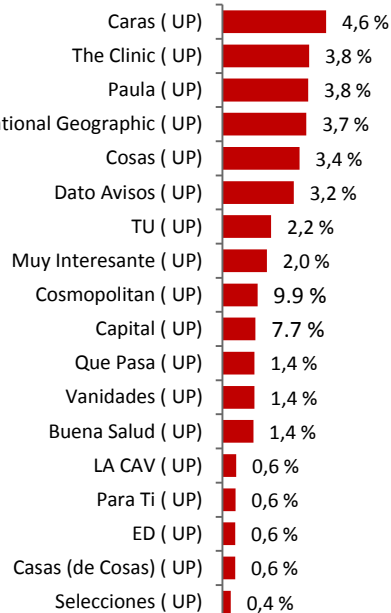


# RANKING DE REVISTAS POR TÍTULO

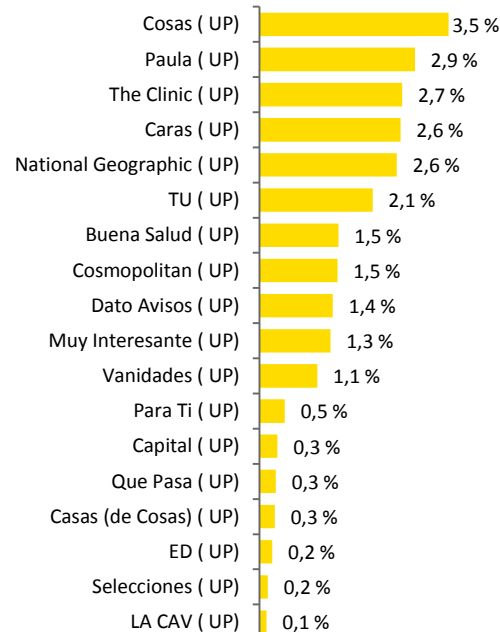
## ABC1



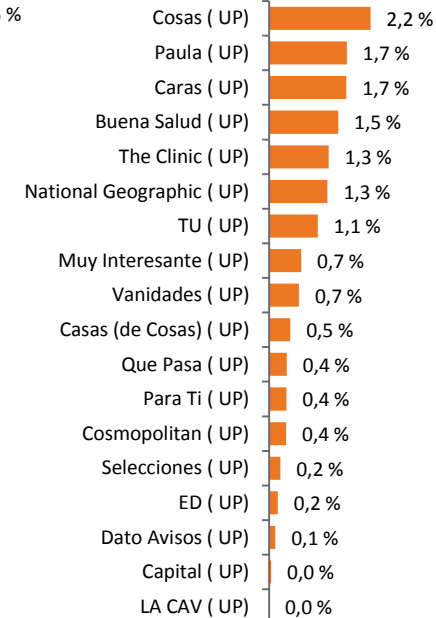
## C2



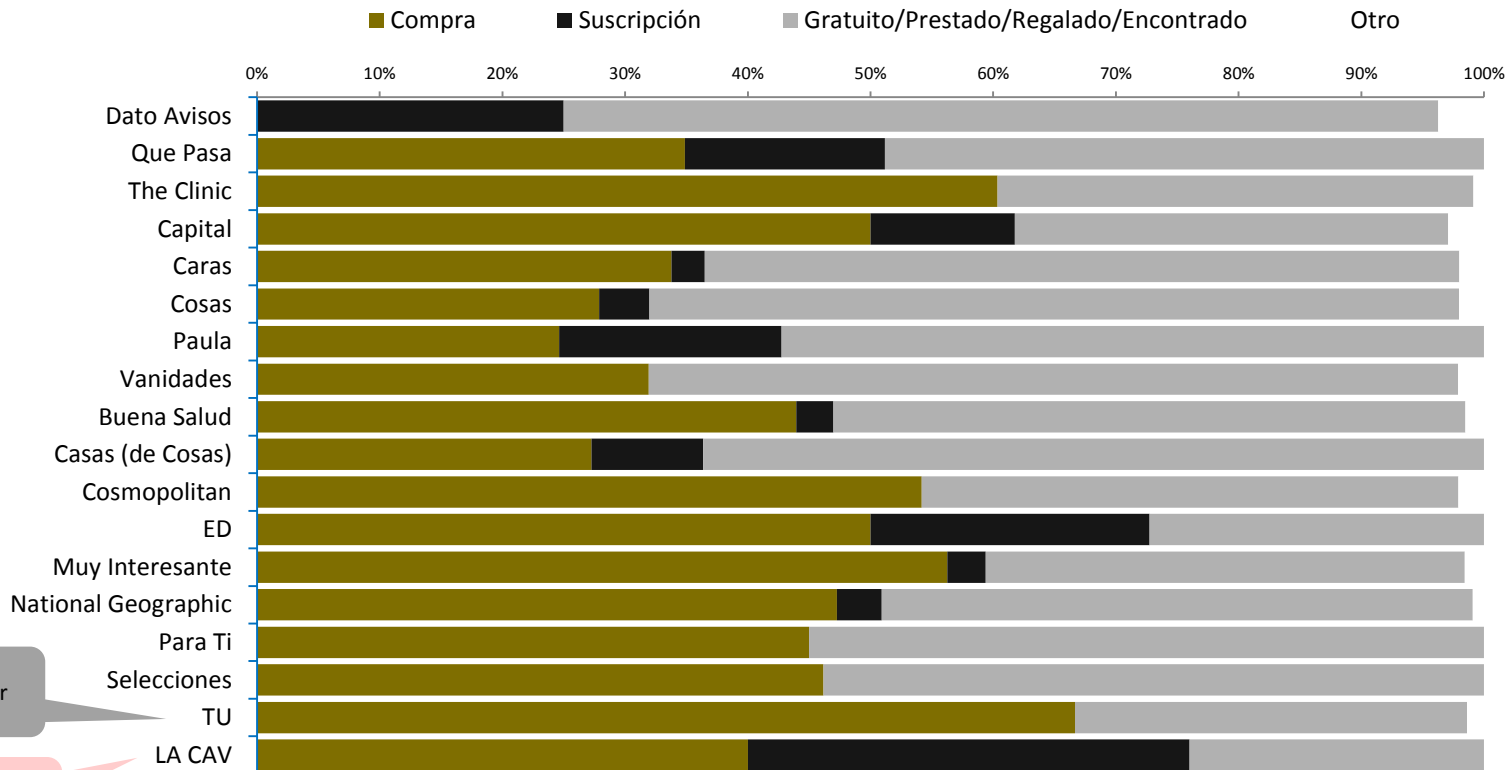
## C3



## D



# OBTENCIÓN DE LA REVISTA

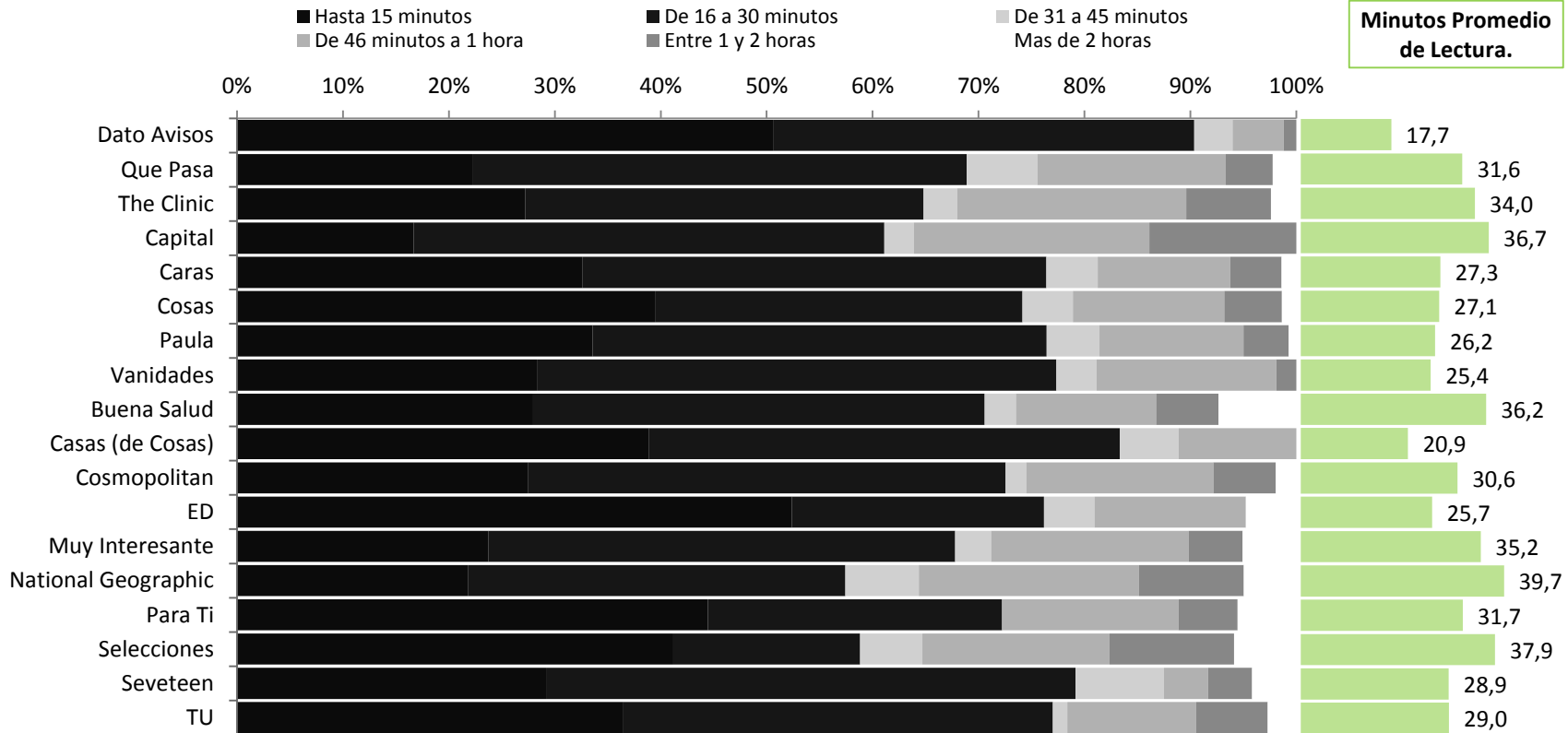


“TU” destaca por ser la revista más obtenida por medio de la compra.

“LA CAV” es la revista con mayor cantidad de suscriptores.

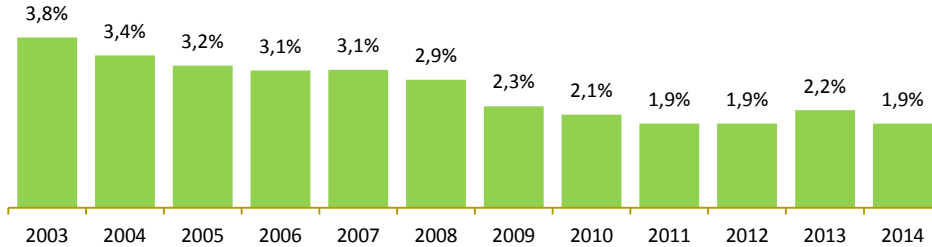
# TIEMPO DE LECTURA PROMEDIO DE REVISTA

**Minutos Promedio  
de Lectura.**

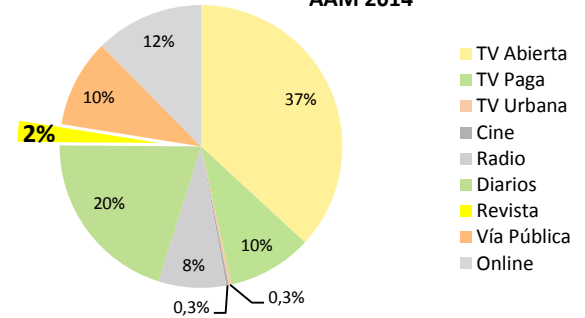


# INVERSIONES PUBLICITARIAS

Share histórico de Revistas ACHAP

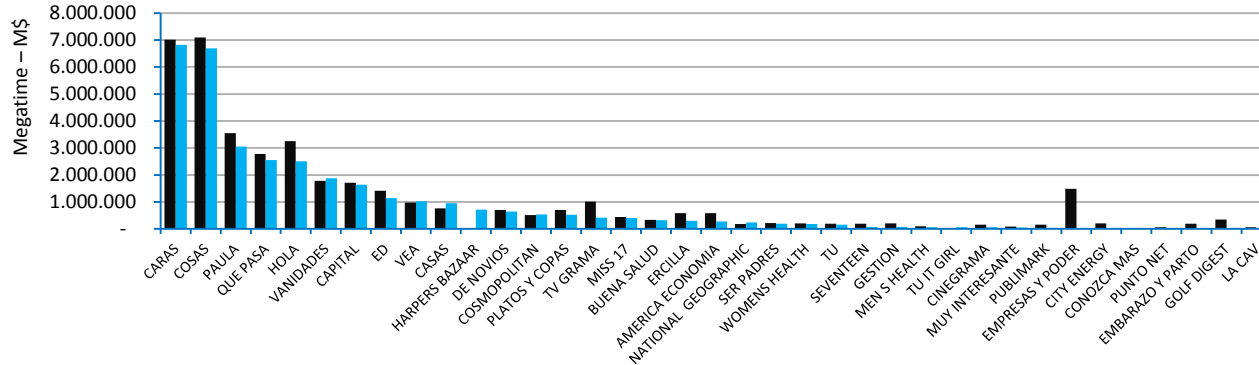


Share de medios e inversión real mes a mes Revistas AAM 2014



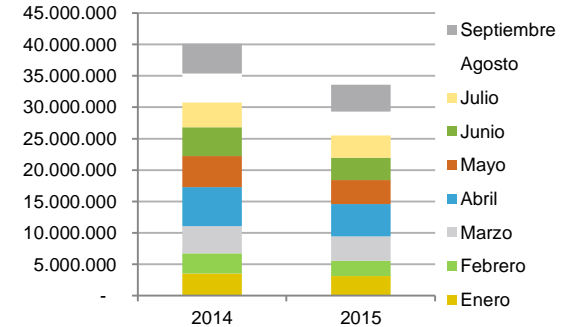
MEGATIME – REVISTAS

■ A Septiembre 2014  
■ A Septiembre 2015



La inversión cayó un 10% en Septiembre, en comparación al mismo mes 2014.

Inversión Total Revistas



# INVERSIONES PUBLICITARIAS

## PRIMERAS 20 EMPRESAS / ENE-SEP 2015 VS. ENE-SEP 2014

#	EMPRESAS	M\$ a Septiembre 2014	M\$ a Septiembre 2015	Var.%
1	FORUS S.A.	1,716,573	1,587,092	-8%
2	GRUPO LOREAL	1,615,429	1,085,845	-33%
3	FALABELLA S.A.C.I.	555,277	907,648	63%
4	CREACIONES MELODY	874,209	649,408	-26%
5	CASA BARROS	324,790	531,230	64%
6	MAZDA CHILE	476,038	523,160	10%
7	DESA DISTR.Y EXCELENCIA S.A.	972,501	456,555	-53%
8	NESTLE CHILE S.A.	297,846	373,934	26%
9	DITEC S.A.	297,135	372,250	25%
10	DISTRIBUIDORA PUIG CHILE LTDA	293,496	337,905	15%
11	PROCTER AND GAMBLE CHILE	529,978	329,028	-38%
12	UNILEVER	356,693	266,633	-25%
13	BEIERSDORF S.A.	363,696	265,750	-27%
14	TRICOT	277,750	255,050	-8%
15	C.C.U. S.A.	128,470	245,615	91%
16	DETERMINADOS	345,357	245,321	-29%
17	PARIS S.A.	81,370	241,500	197%
18	COMERCIAL E.C.C.S.A.	240,469	238,833	-1%
19	KIA CHILE S.A.	192,775	226,685	18%
20	COSPER	268,800	218,040	-19%

# INVERSIONES PUBLICITARIAS

## PRIMEROS 20 RUBROS / ENE-SEP 2015 VS. ENE-SEP 2014

#	RUBRO	M\$ a Septiembre 2014	M\$ a Septiembre 2015	Var.%
1	VEHICULOS DE PASAJEROS	2,411,982	2,512,498	4%
2	LINEA VESTUARIO Y TEXTIL	2,691,827	2,290,202	-15%
3	CALZADOS	2,018,624	1,868,194	-7%
4	CONSTRUCTORA Y CORREDORES DE PROPIEDADES	1,170,462	1,524,507	30%
5	RELOJES, JOYAS Y JOYERIAS	1,345,095	1,411,877	5%
6	GRANDES TIENDAS DE DEPARTAMENTO	1,091,545	1,333,920	22%
7	HIGIENE Y BELLEZA CAPILAR	974,708	1,038,025	6%
8	COLONIAS Y PERFUMES	1,454,287	1,016,059	-30%
9	COMERCIO DE VESTUARIO Y CALZADOS	1,180,921	922,376	-22%
10	LICORES (ALCOHOLES DESTILADOS)	1,029,299	913,768	-11%
11	TRATAMIENTO PARA LA PIEL DEL ROSTRO	1,463,651	824,070	-44%
12	SERVICIOS BELLEZA	713,328	683,524	-4%
13	MAQUILLAJE	506,694	633,481	25%
14	SERVICIOS DE SALUD	657,136	603,836	-8%
15	MEDIOS ELECTRONICOS	1,013,564	565,966	-44%
16	HOTELES, MOTELES Y POSADAS	676,279	539,800	-20%
17	CERVEZAS	426,446	538,524	26%
18	COMERCIO DE PRODUCTOS PARA LA CASA Y DECORACION	553,831	513,583	-7%
19	RESTAURANTES Y FUENTES DE SODA	538,756	498,882	-7%
20	VINOS CHAMPAGNE ESPUMANTE	794,841	476,531	-40%

# FUENTES

- Asociación Nacional de la Prensa.
- Asociación Chilena de Agencias de Publicidad ACHAP.
- Asociación Chilena de Agencias de Medios AAM.
- Valida, organismo que certifica los niveles de circulación, lectura y hábitos de lectoría de los medios escritos en Chile.
- KPMG, empresa encargada del sistema de inspección de circulación para diarios y revistas.
- Ipsos, empresa de investigación de mercado encargada de medir los niveles de lectoría en el Gran Santiago.
- Megatime, empresa encargada de verificar la publicación de avisos en diarios y revistas.

# FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO DE LECTORÍA

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN ESTUDIO CUANTITATIVO, RECORDATORIO, MÉTODO RECENT READING

Técnica de Recolección Entrevistas cara a cara, apoyadas en sistema HAPI

Grupo Objetivo  
GSE: ABC1, C2, C3 y D  
Sexo: Hombres y Mujeres  
Edad: 12 a 75 años (6 tramos etarios)

Cobertura Gran Santiago 4.328.979







# INFORME DE LECTORÍA

*Enero – Septiembre 2015*