



NUEVO ESTUDIO MEDICIÓN DE AUDIENCIAS

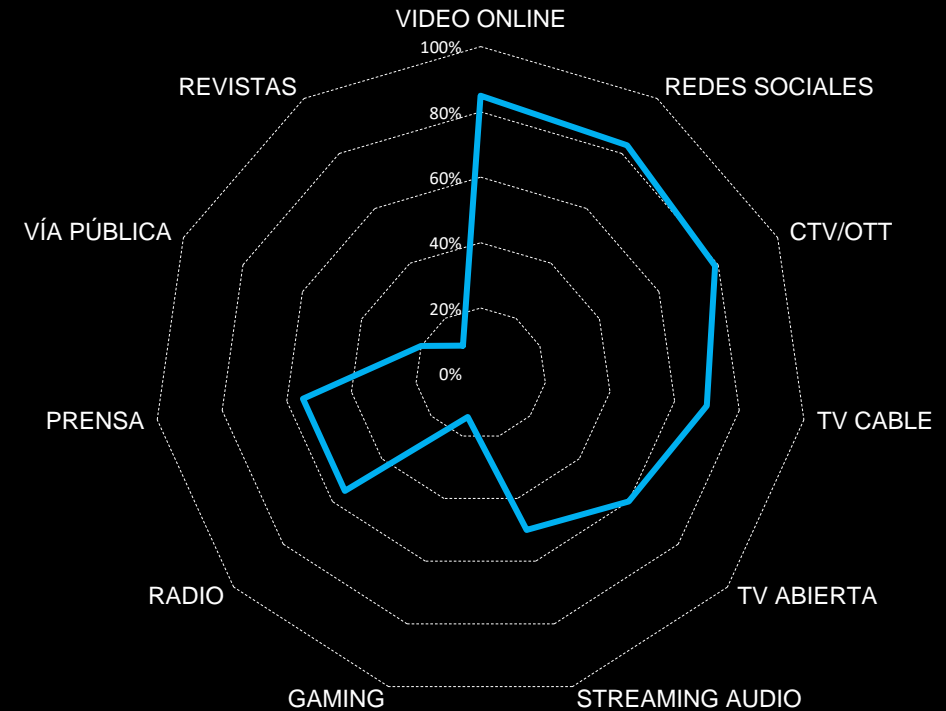
**OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS
EN UN CONTEXTO MULTIPLATAFORMA**

«En la mañana me gusta escuchar podcast, cuando me pongo a trabajar veo el matinal, que antes no podía hacer porque trabajaba en la oficina; en la tarde almorzamos viendo las noticias y después le pongo dibujos animados a mi hijo menor en Netflix. En la noche solemos ver tele en familia; ahora estamos viendo Yo Soy, que es entretenido y a mi hijo mayor le gusta...de hecho busca los capítulos en Youtube cuando no lo ve en la tele»

Mujer de 42 años, GSE C2

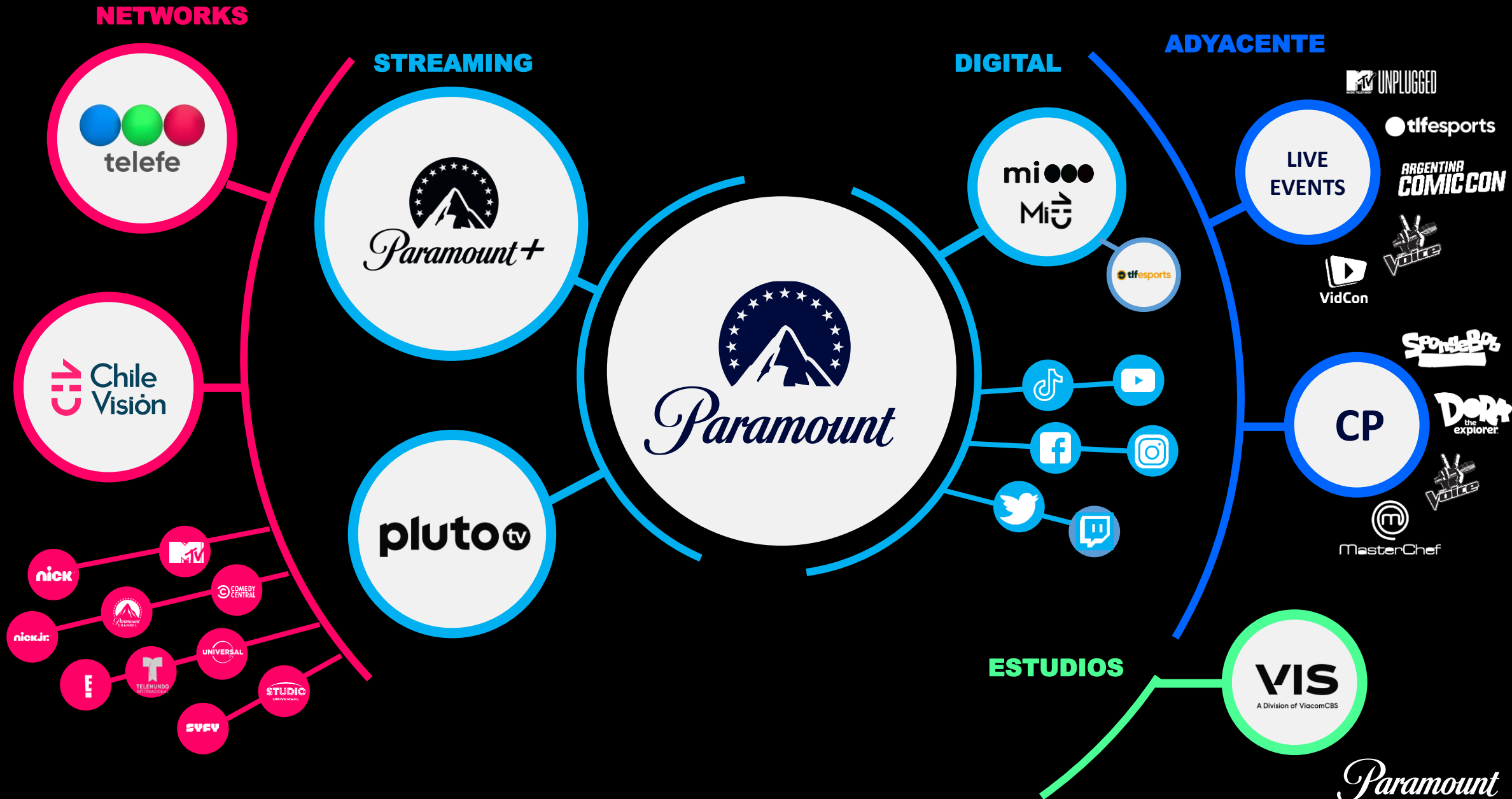
Entrevista cualitativa | Data & Insights CHV (junio 2021)

CONSUMO DE MEDIOS 2021
Alcance semanal

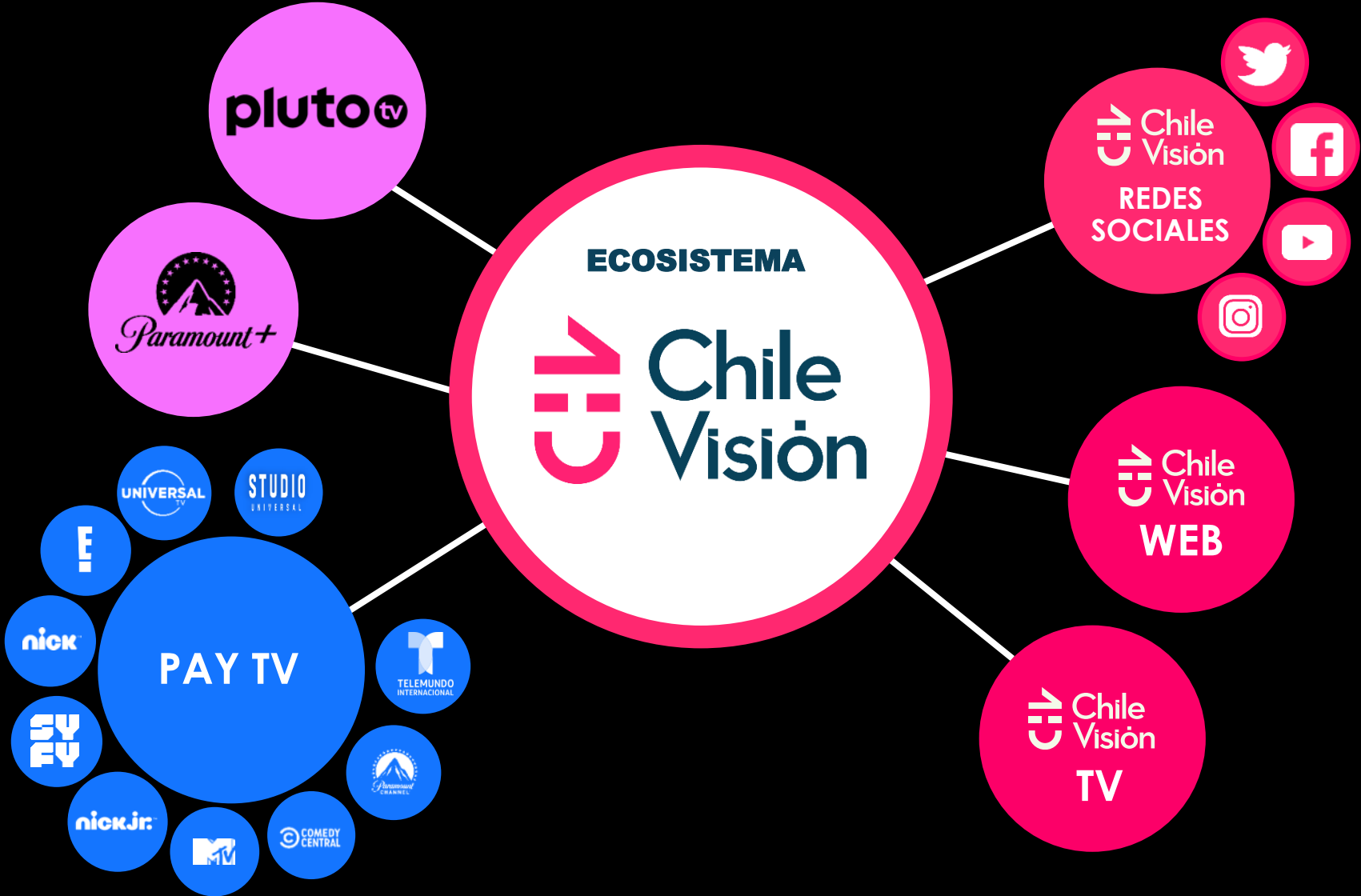


IMS Insights Lab / Media Essentials 2021

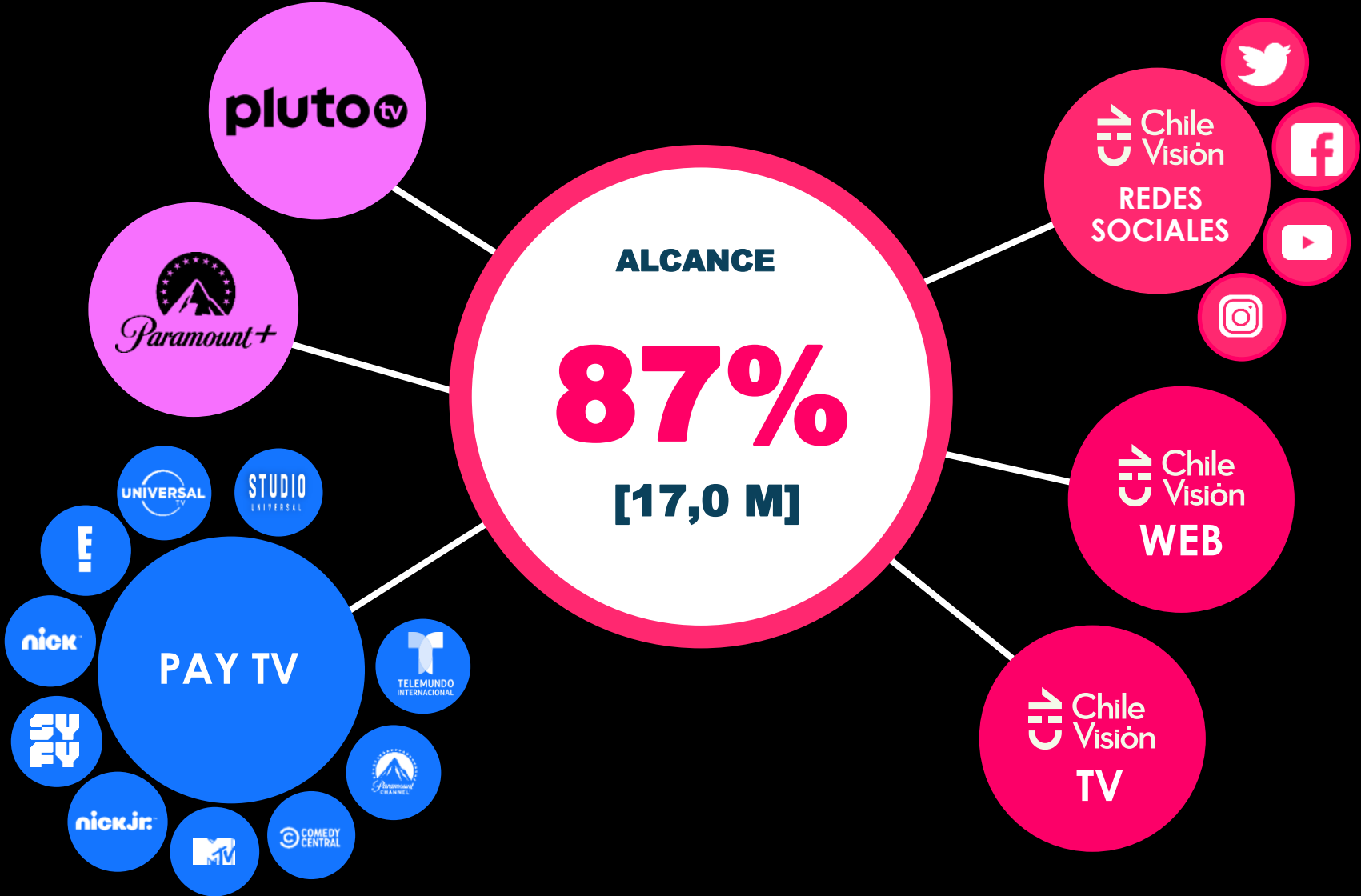
Ecosistema Paramount Latam



Ecosistema Chilevisión



Ecosistema Chilevisión



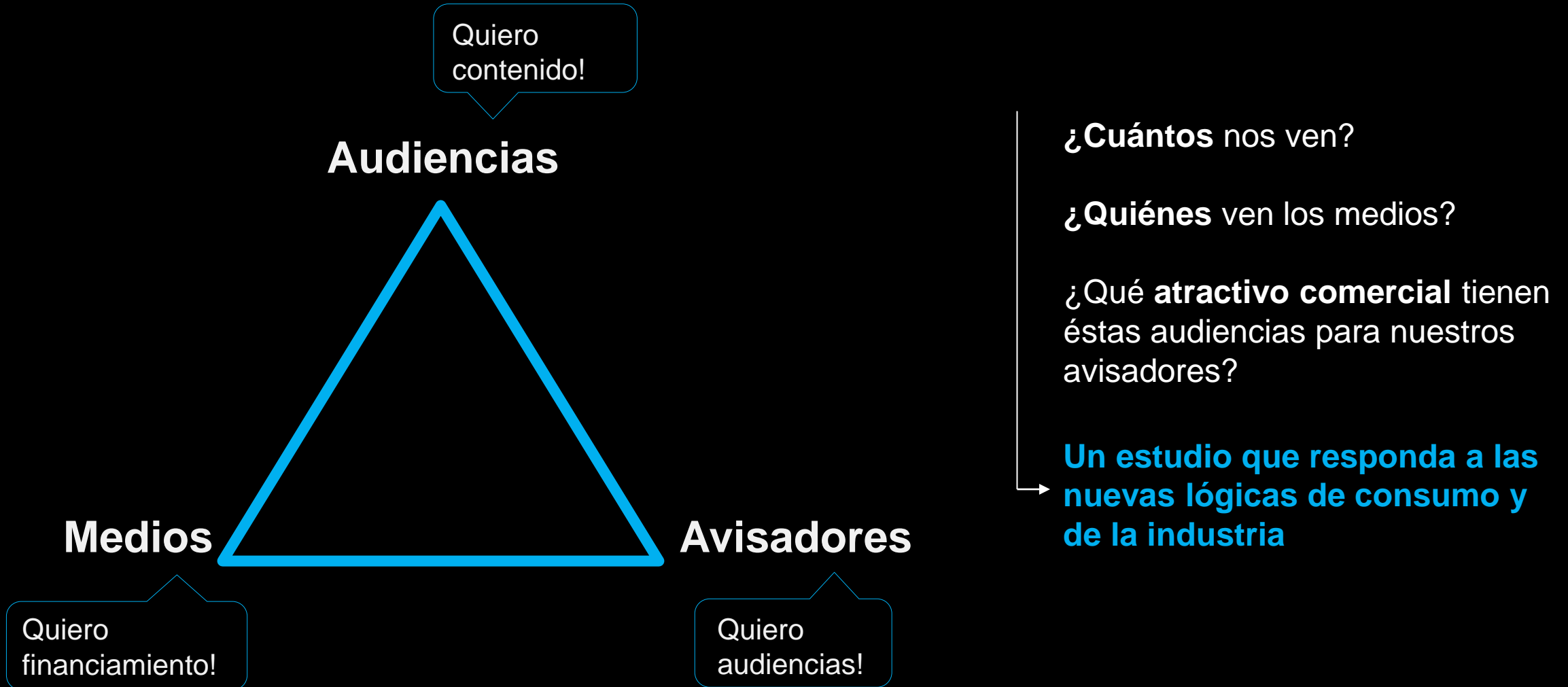
Fuentes: TV: Kantar Ibope Media / RRSS: Shareablee / WEB: Google Analytics / PLUTO TV: Fuente propia
DATOS ABRIL 2022



Vinculación multiplataforma con las marcas y las audiencias



¿Por qué es necesario un estudio de audiencias...actualizado?



NUEVO ESTUDIO MEDICIÓN DE AUDIENCIAS EN CHILE



KANTAR
IBOPE
MEDIA

The logo is centered within a black circle. The background of the entire image is a complex, geometric pattern of overlapping lines and circles, creating a sense of depth and movement. The text is rendered in a clean, sans-serif font.

Oportunidades

- **Medición multiplataforma**
- **Cobertura total país**
- **Aumento de la muestra**

- ✓ Medición de todo el consumo de video dentro del hogar
- ✓ Alcance real de nuestros contenidos y campañas
- ✓ Fuente única para la medición de las audiencias lineales y digitales
- ✓ Alcance desduplicado sin necesidad de recurrir a fórmulas o proxis estadísticos (Sainsbury)
- ✓ Comercialización sobre la base de CPM
- ✓ Estabilidad en los ratings

Desafíos

○ Implementación del nuevo sistema de medición

- ✓ Proceso de transición entre el actual y nuevo estudio
- ✓ Proceso de 'evangelización' del mercado
- ✓ Asignación de presupuestos publicitarios (en un escenario donde la TV se transforma en una nueva 'Nueva TV')
- ✓ Generación y distribución de los contenidos
- ✓ Comercialización del inventario (integrado)
- ✓ Trabajo en conjunto de todos los actores de la industria.



MUCHAS GRACIAS