

Covid-19: Impactos en el consumo de televisión

En respuesta a la emergencia global causada por la pandemia de Covid-19, se les dijo a las personas que se quedaran en sus hogares y esto aumentó el consumo de televisión dentro del hogar. Hemos notado tres movimientos importantes hasta ahora:

La audiencia va en aumento día tras día

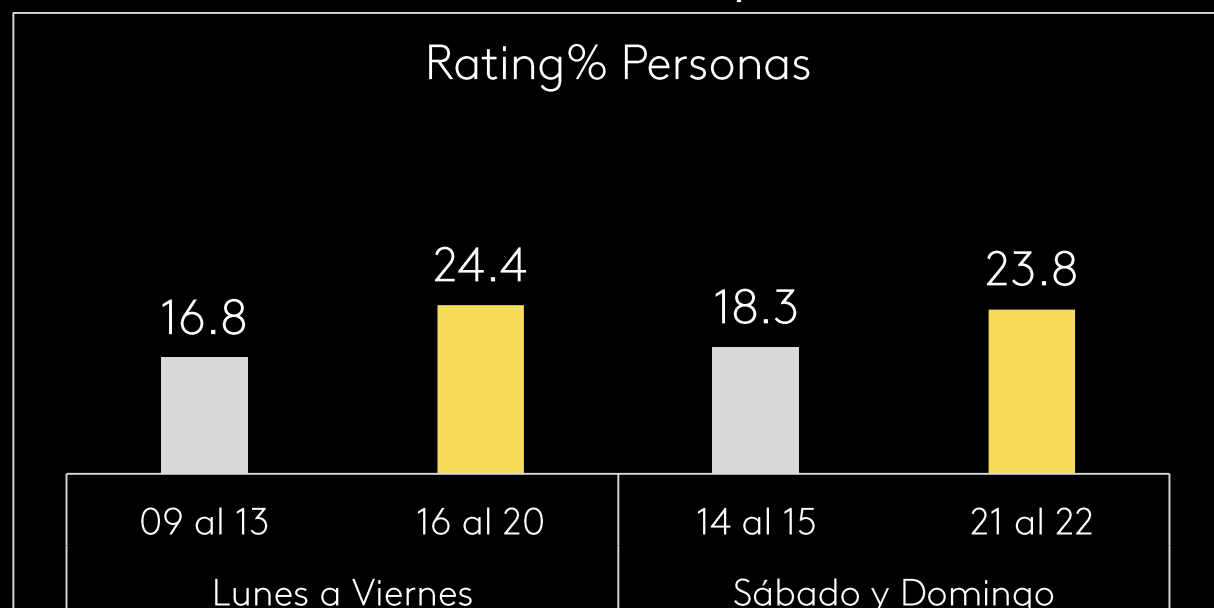
Destaca el crecimiento del consumo en jóvenes

Incremento en el consumo de películas y noticieros

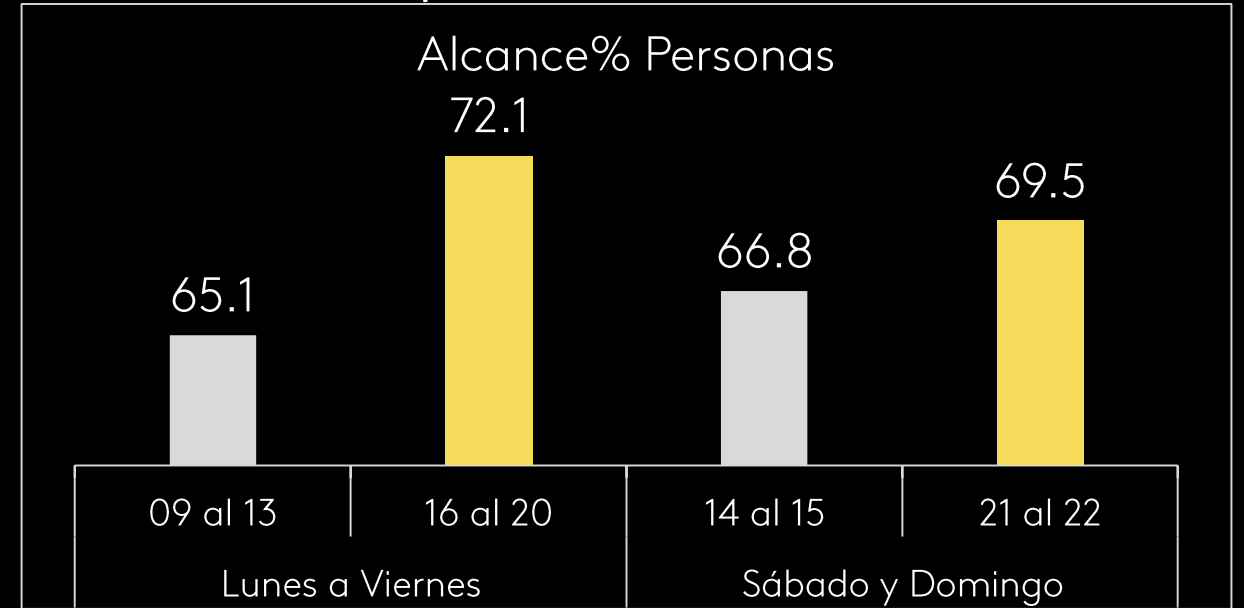
Más personas viendo televisión

Comparación del 09 al 15 vs del 16 al 22

Promedio de Personas que vieron TV



Personas que vieron TV al menos un minuto



Targets que consumieron más TV

Variación Rat% del 09 al 15 vs del 16 al 22

Día de la Semana	Total	GÉNERO		EIDADES						NSE		
		Hom	Muj	03-10	11-17	18-25	26-37	38-49	50+	AB	C	DE
Lunes a Viernes	+45%	+56%	+37%	+20%	+20%	+45%	+68%	+66%	+40%	+52%	+45%	+39%
Sábado y Domingo	+30%	+33%	+28%	-3%	+18%	+38%	+33%	+49%	+34%	+31%	+22%	+43%

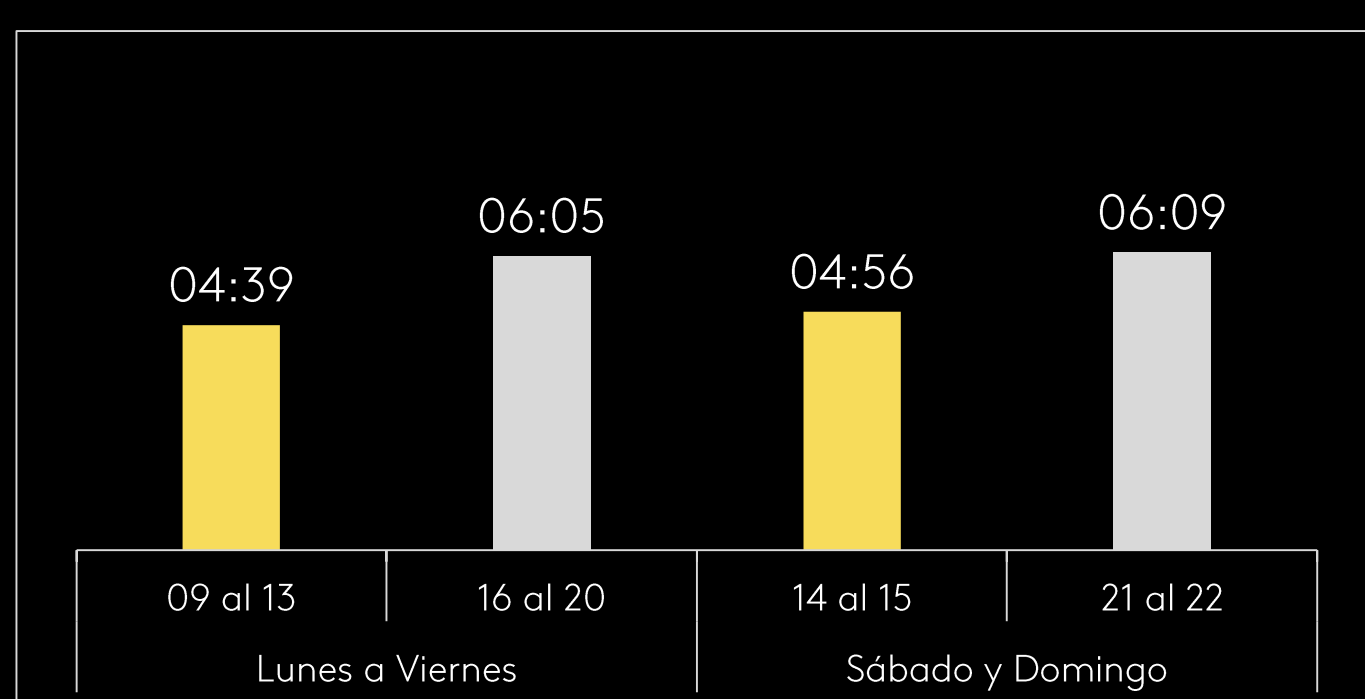
Bloques horarios de mayor consumo

Variación Rat% del 09 al 15 vs del 16 al 22

Bloques Horarios	06 a 12 Hrs.	12 a 16 Hrs.	16 a 19 Hrs.	19 a 24 Hrs.
Lunes a Viernes	54%	60%	52%	30%
Sábado y Domingo	32%	38%	36%	22%

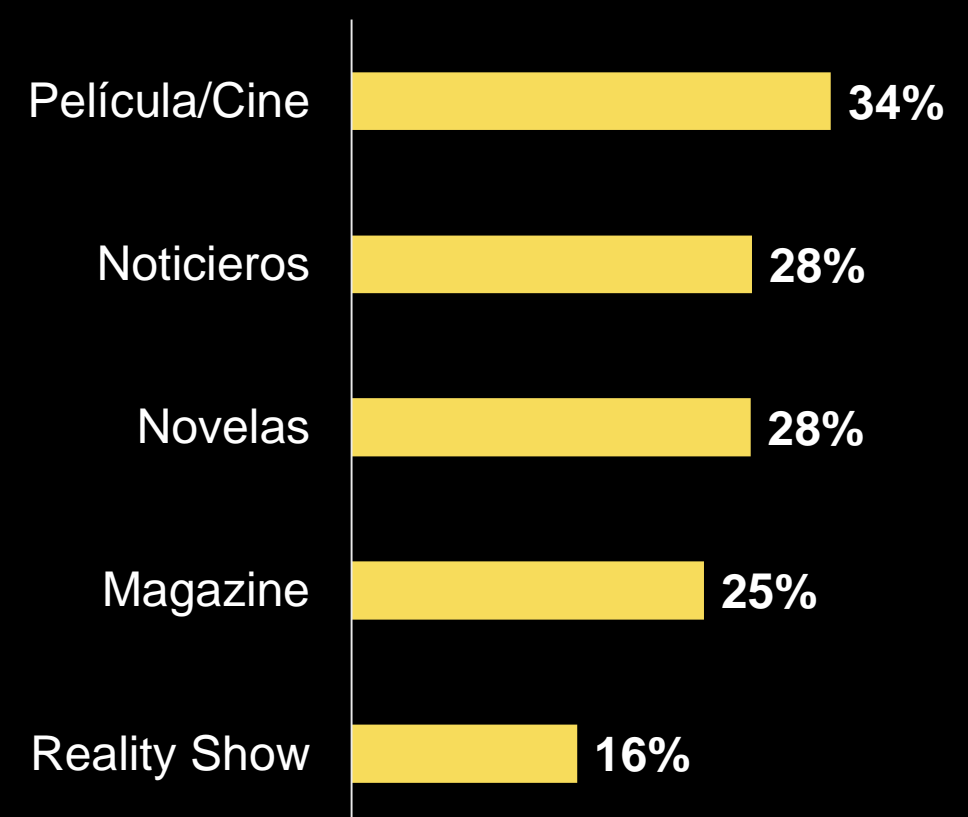
Incremento en el tiempo de consumo

ATS del 09 al 15 vs del 16 al 22



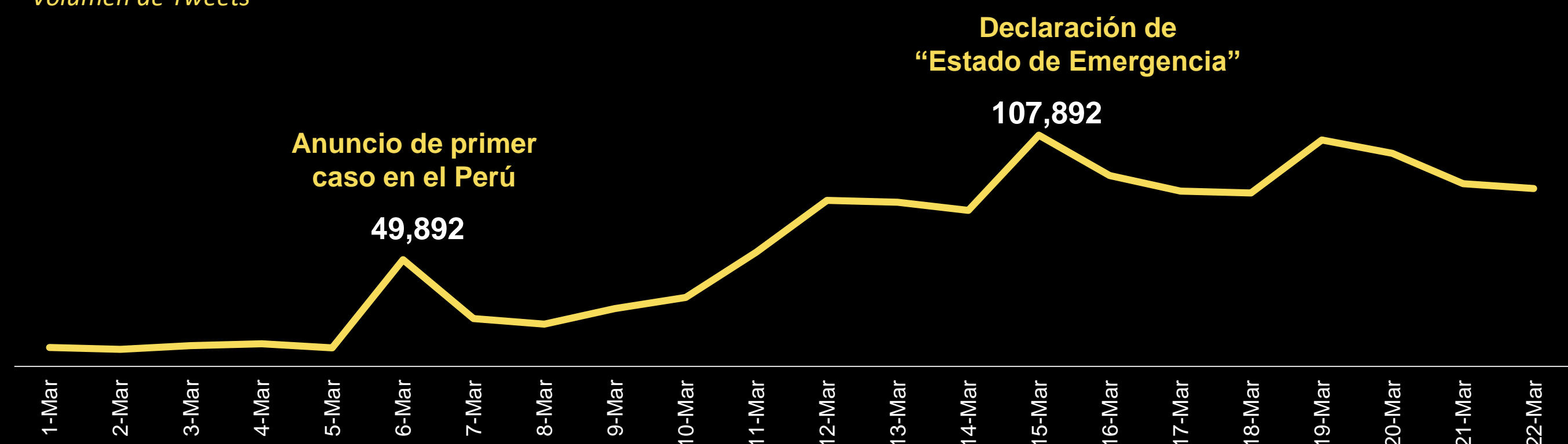
Géneros que incrementaron sus audiencias

Variación Rat% del 09 al 15 vs del 16 al 22



Las conversaciones se incrementaron en twitter la semana pasada

Volumen de Tweets



Fuente: Kantar IBOPE Media | Medición de Audiencias TV : Target: Personas 3 a 99 años - Cadena: Total TV - Bloque: 06 d 24 Hrs. | Social Media Intelligence