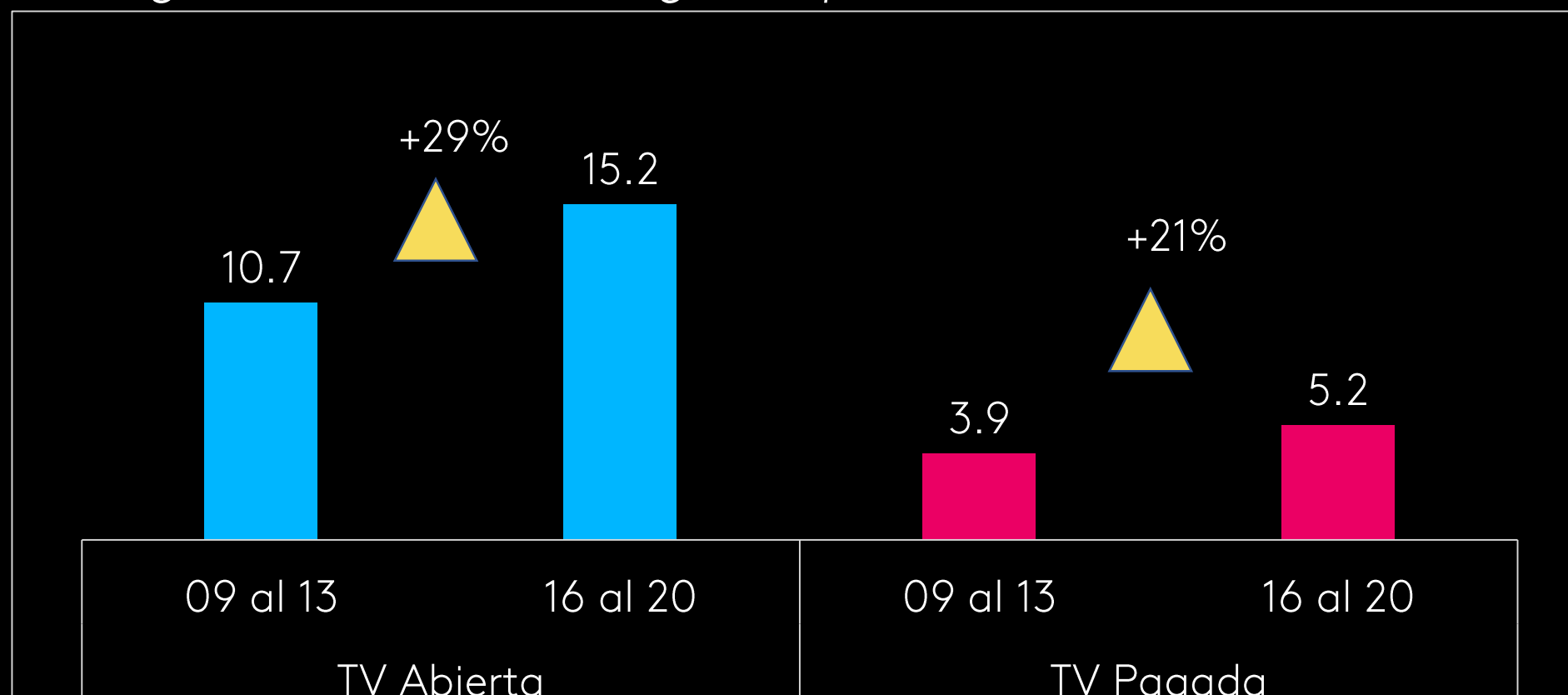


Comportamiento de audiencias de la TV abierta y Tv pagada.

Incremento de audiencia en ambas señales

Comparación Rat% de la semana del Lunes a viernes del 09 al 13 vs del 16 al 20

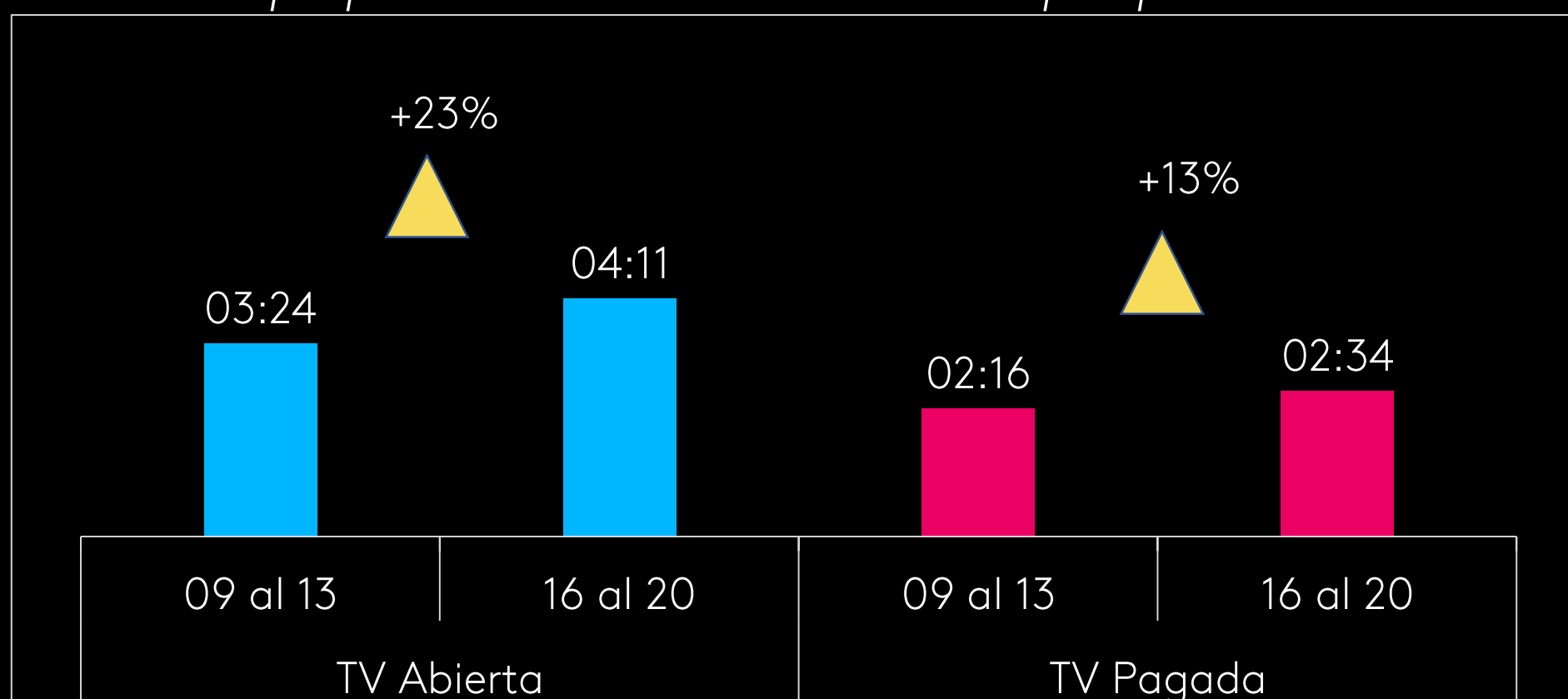
Rating%: Promedio de Hogares que vieron TV



Incremento en el tiempo de consumo

Comparación ATS de la semana del Lunes a viernes del 09 al 13 vs del 16 al 20 24

ATS: Tiempo promedio de consumo de TV por persona



Targets consumieron más ambas señales

Variación Rat% de la semana del Lunes a viernes del 09 al 13 vs del 16 al 20

TARGETS	Total	GÉNERO		EADAES						NSE		
		Hom	Muj	03-10	11-17	18-25	26-37	38-49	50+	AB	C	DE
TV Abierta	+42%	+58%	+31%	+23%	+18%	+34%	+70%	+55%	+35%	+55%	+42%	+34%
TV Pagada	+33%	+36%	+30%	+3%	+17%	+36%	+43%	+65%	+36%	+36%	+32%	+29%

Bloques horarios de mayor consumo

Variación Rat% de la semana del Lunes a viernes del 09 al 13 vs del 16 al 20

Bloques Horarios	06 a 12 Hrs.	12 a 16 Hrs.	16 a 19 Hrs.	19 a 24 Hrs.
TV Abierta	+60%	+63%	+43%	+23%
TV Pagada	+28%	+37%	+40%	+29%

Fuente: Kantar IBOPE Media | Medición de Audiencias TV : Target: Personas 3 a 99 años – Cadena: TV Abierta y TV Pagada – Bloque: 06 a 24 Hrs.