

El futuro de los medios

Septiembre
2020

cademo 



La Cuarta

GUÍA PARA EL SALVAVIDAS DE LAS PYMES

CORONAVIRUS ESTADO DE CATÁSTROFE

LA UNIVERSIDAD DE OXFORD COMENZARÁ LAS PRUEBAS EN HUMANOS EN DOS SEMANAS MÁS Y ESPERAN ACABAR CON EL RICHIO CUANDO ACÁ ESTEMOS MISTALE CUECAS. PÁG. 5

¿VACUNA PARA SEPTIEMBRE?

Lunes 13 de abril de 2020
Precio: \$400

LT

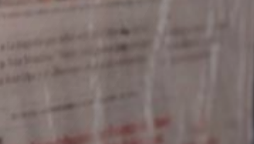
LA TERCERA

Gobierno fija tasa cercana a 0% real para créditos a pymes con aval estatal

Así funciona un respirador artificial

Guantes de nitrilo de Píñera, Blumel y Frey tienen coronavirus

Personajes del mundo reaccionan ante delirios médicos



Contexto

JAN
2020

CHILE

THE ESSENTIAL HEADLINE DATA YOU NEED TO UNDERSTAND THE STATE OF MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE



CHILE

TOTAL
POPULATION



19.03
MILLION

URBANISATION:
88%

MOBILE PHONE
CONNECTIONS



26.32
MILLION

vs. POPULATION:
138%

INTERNET
USERS



15.67
MILLION

PENETRATION:
82%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



15.00
MILLION

PENETRATION:
79%



we
are
social



SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; **MOBILE:** GSMA INTELLIGENCE; **INTERNET:** ITU; GLOBALWEBINDEX; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; LOCAL TELECOMS REGULATORY AUTHORITIES AND GOVERNMENT BODIES; **SOCIAL MEDIA:** PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; APJII; KEPIOS ANALYSIS; **SOCIAL MEDIA:** PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; COMPANY ANNOUNCEMENTS AND EARNINGS REPORTS; CAFEBAZAAR. ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2020. **COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.



JAN
2020

SOCIAL MEDIA ADVERTISING AUDIENCES

A COMPARISON OF THE TOTAL ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE* OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS



TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON FACEBOOK
(MONTHLY ACTIVE USERS)



12.0

MILLION

FEMALE
51%

MALE
49%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON INSTAGRAM
(MONTHLY ACTIVE USERS)



8.2

MILLION

FEMALE
53%

MALE
47%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON TWITTER
(MONTHLY ACTIVE USERS)



2.5

MILLION

FEMALE
29%

MALE
71%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON SNAPCHAT
(MONTHLY ACTIVE USERS)



1.6

MILLION

FEMALE
78%

MALE
18%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON LINKEDIN
(REGISTERED MEMBERS)



5.4

MILLION

FEMALE
45%

MALE
55%

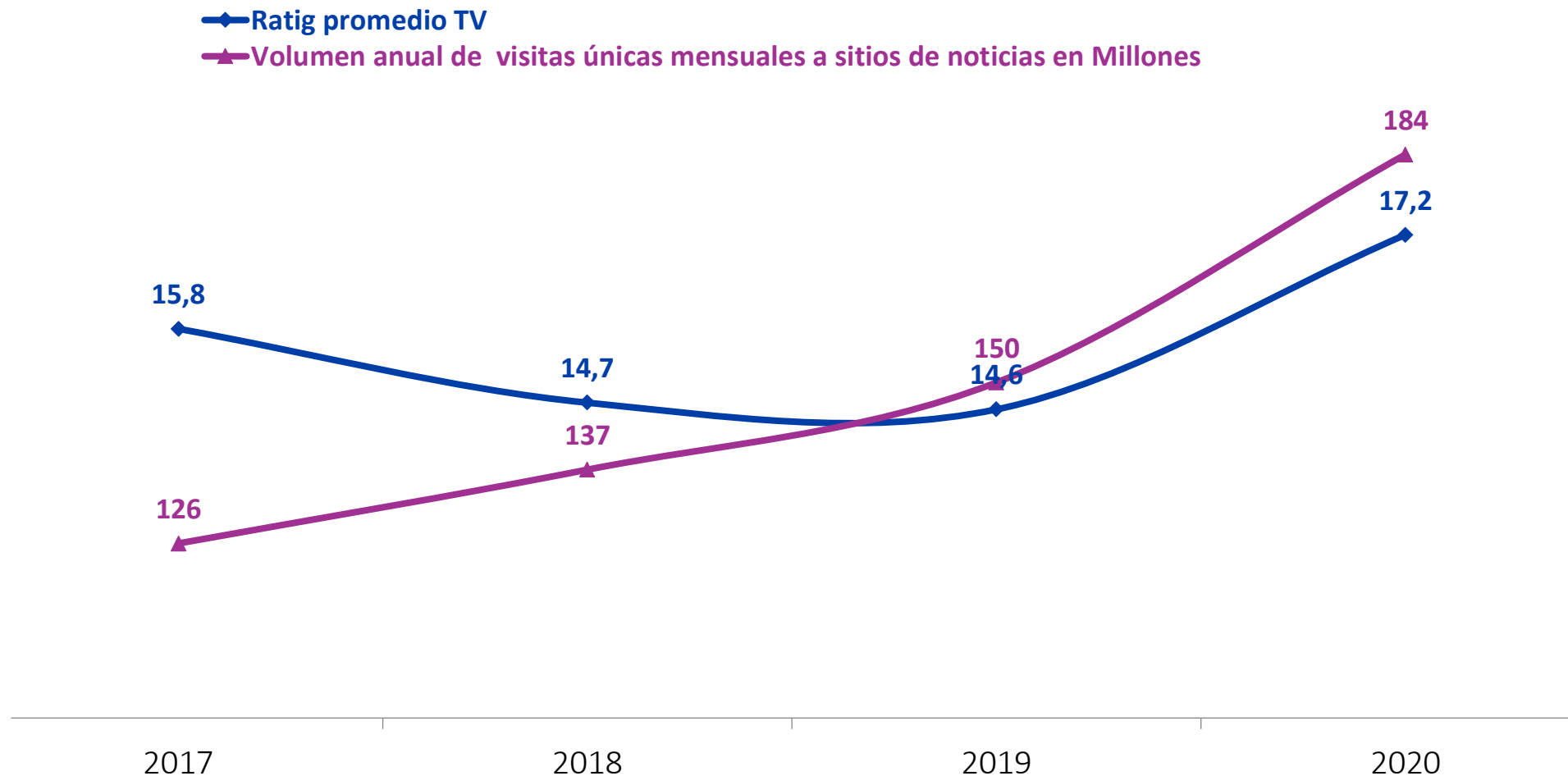


we
are
social

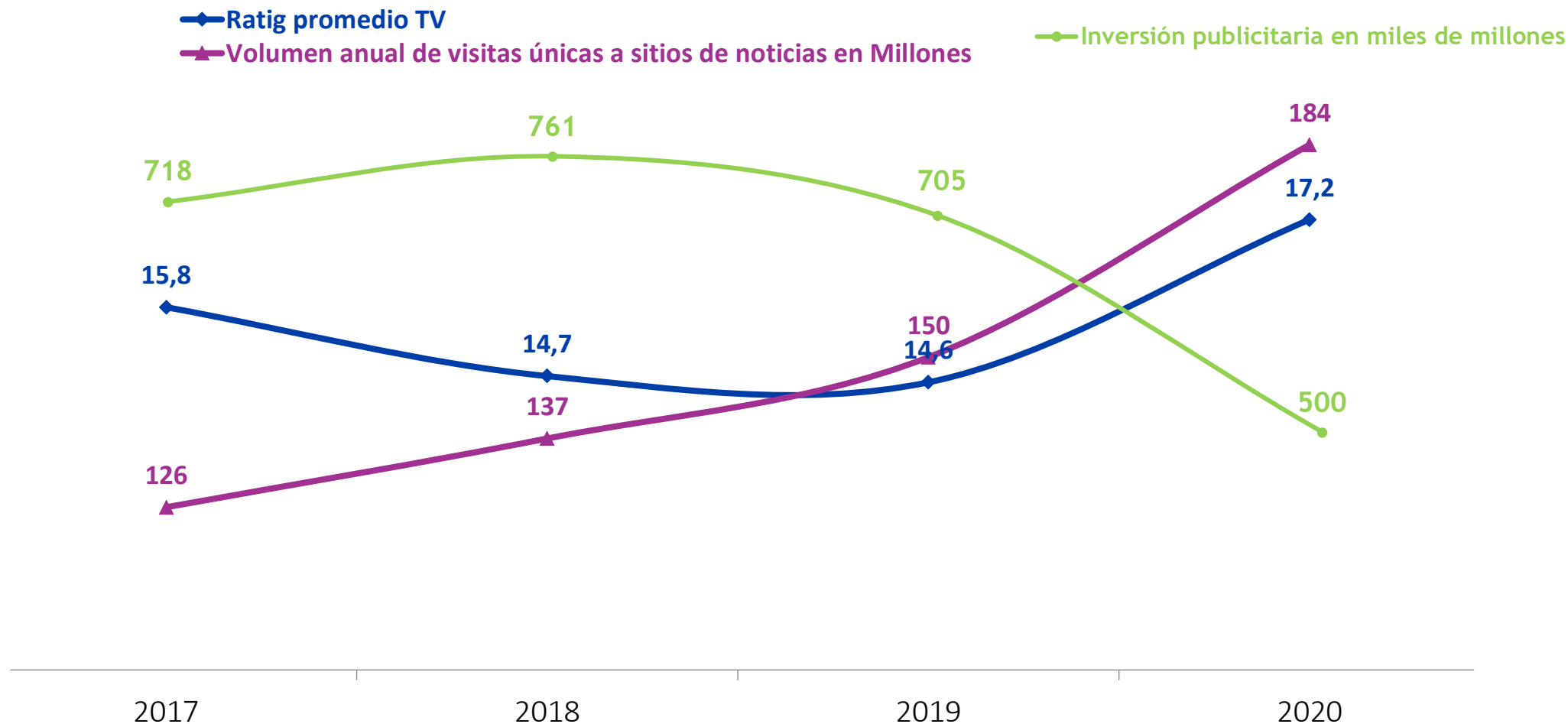


we
are
social

Rating Promedio TV Abierta y Visitas a sitios de noticias de internet

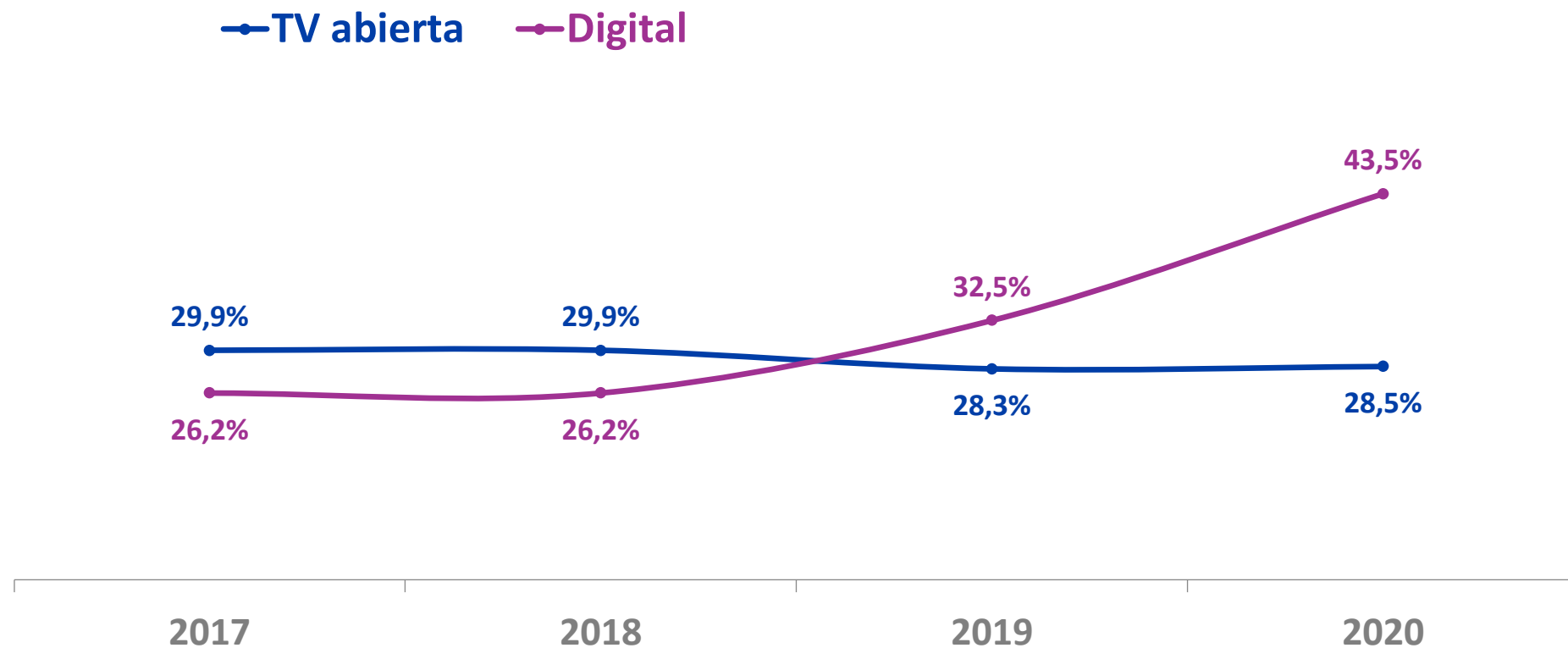


Rating Promedio TV Abierta y Visitas a sitios de noticias de internet vs inversión publicitaria



Participación anual de la inversión por medios

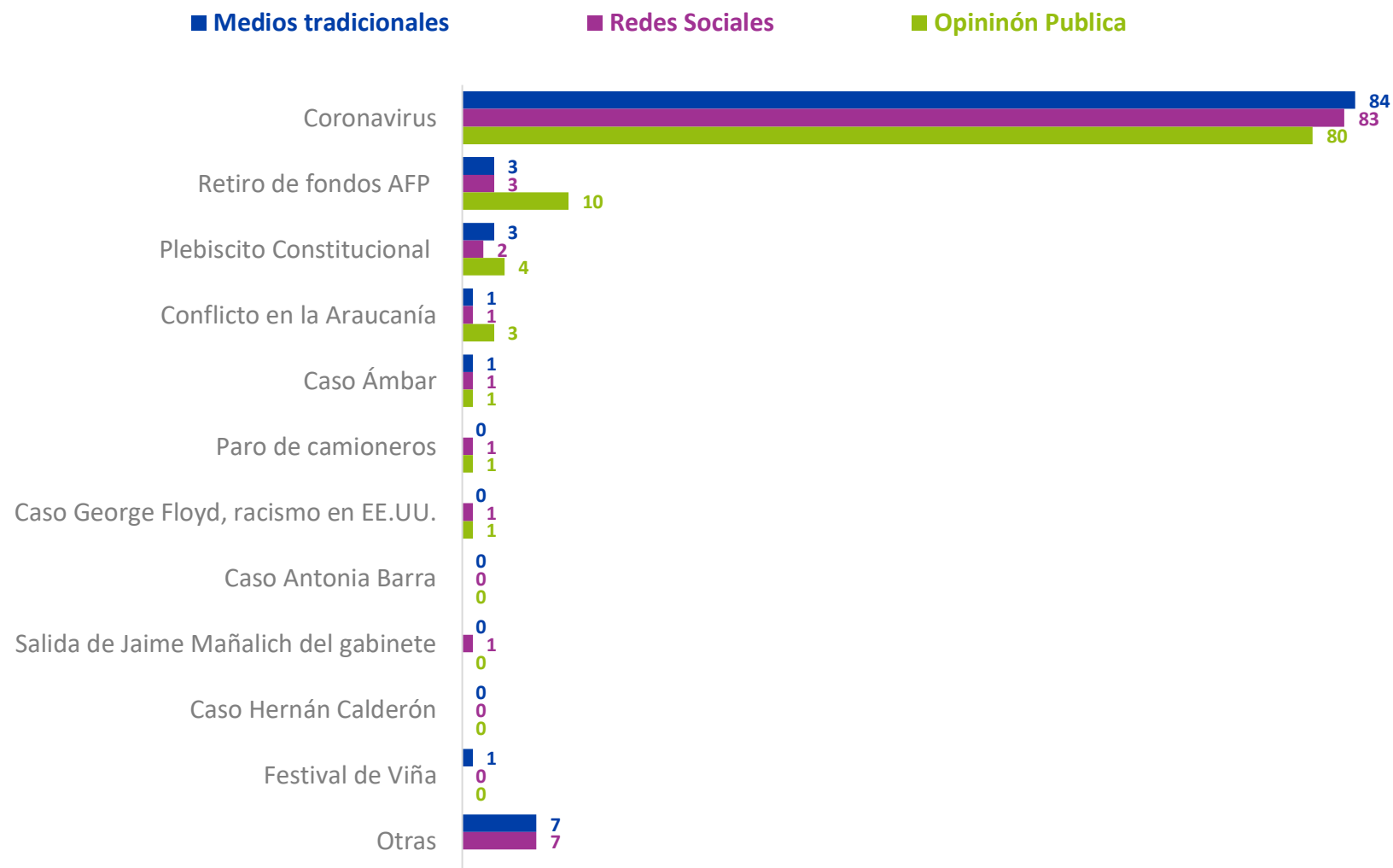
% Inversión neta



Fuente: Asociación de Agencias de Medios
*2020 acumulado a Julio

Principales hitos noticiosos del 2020

Medios tradicionales, Redes Sociales y Opinión Pública





Encuesta de Medios Septiembre 2020

Metodología

Técnica

Encuesta autoadministrada aplicada a través de entrevistas web al panel probabilístico de Cadem (Comunidad Cadem).

Grupo Objetivo

Chilenos, hombres y mujeres mayores de 18 años, de todos los niveles socioeconómicos y todas las regiones del país.

Muestra

1.000 casos.

Asumiendo muestreo aleatorio simple con población infinita, el margen de error es del 3,1% bajo supuesto de varianza máxima y un 95% de confianza.

Ponderación

Los datos fueron ponderados a nivel de sujetos por región, sexo, edad y nivel socioeconómico.

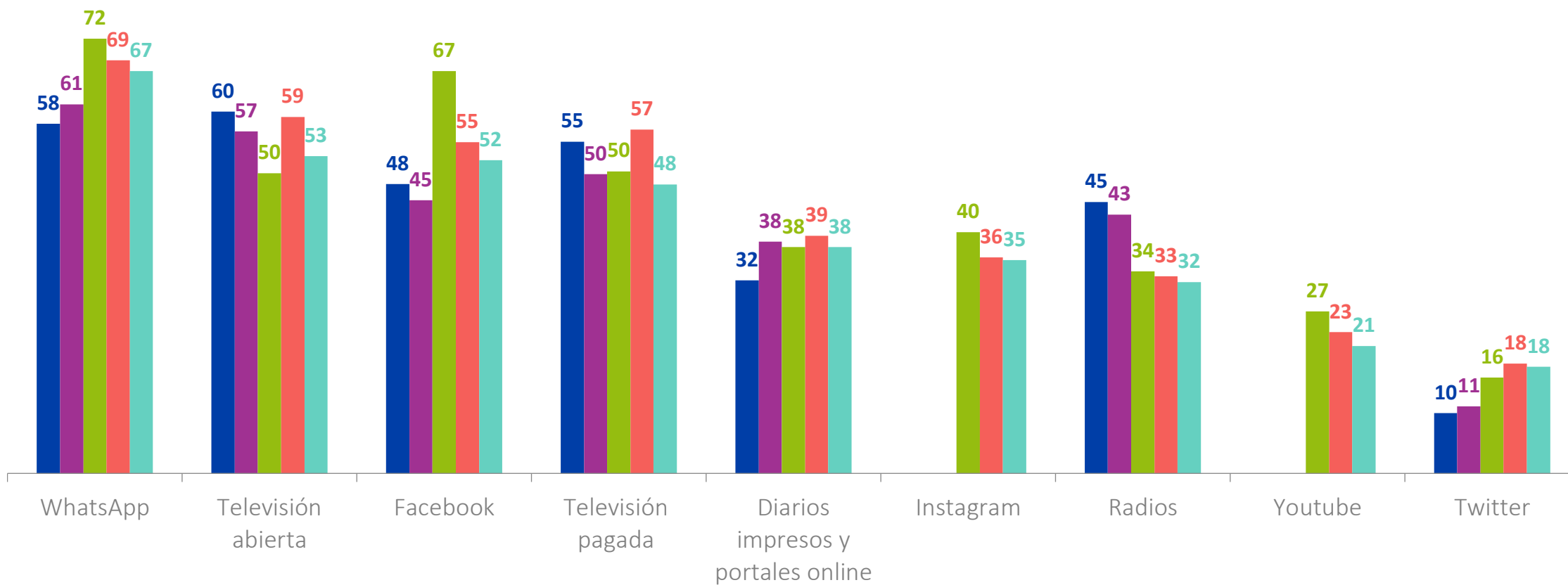
Campo

El trabajo de campo fue realizado entre el martes 1 de septiembre de 2020.

Uso de medios y plataformas

% Que usa permanentemente / Todos los días

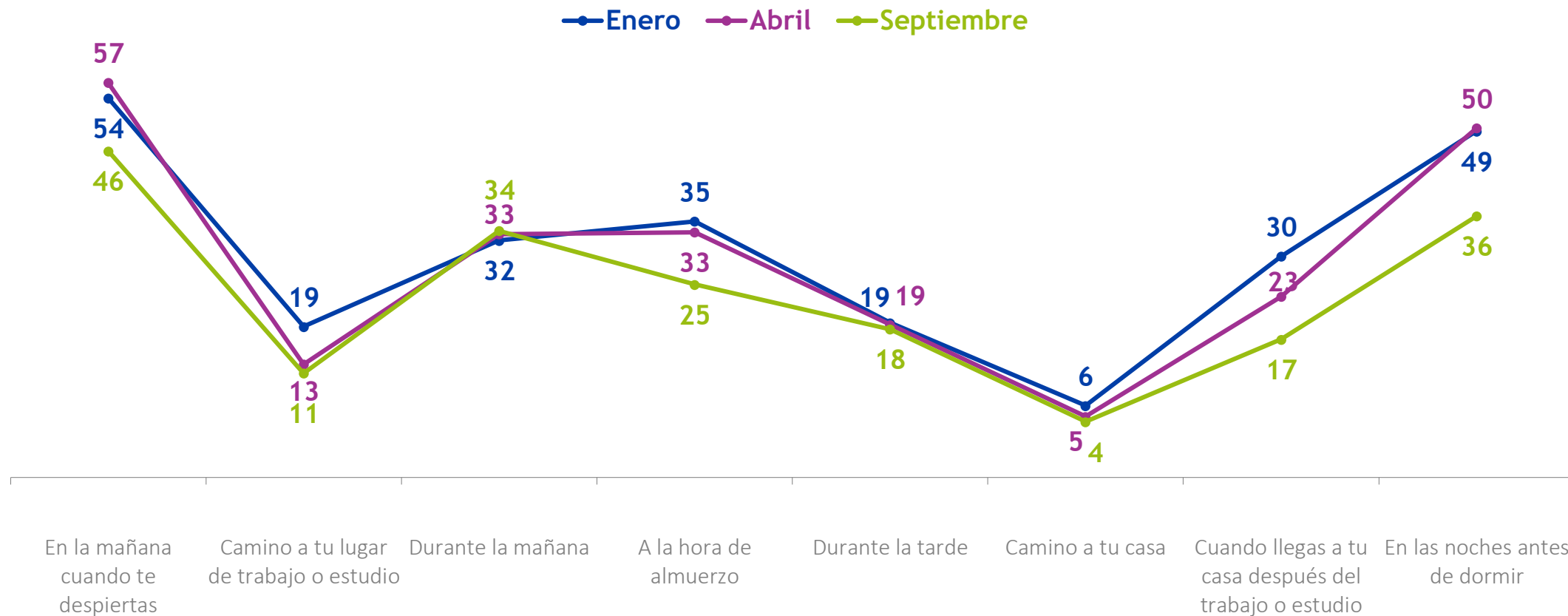
■ 03-Nov-2017 ■ 20-Abr-2018 ■ 8-Ene-2020 ■ 22-Abr-2020 ■ 1-Sept-2020



Journey de información

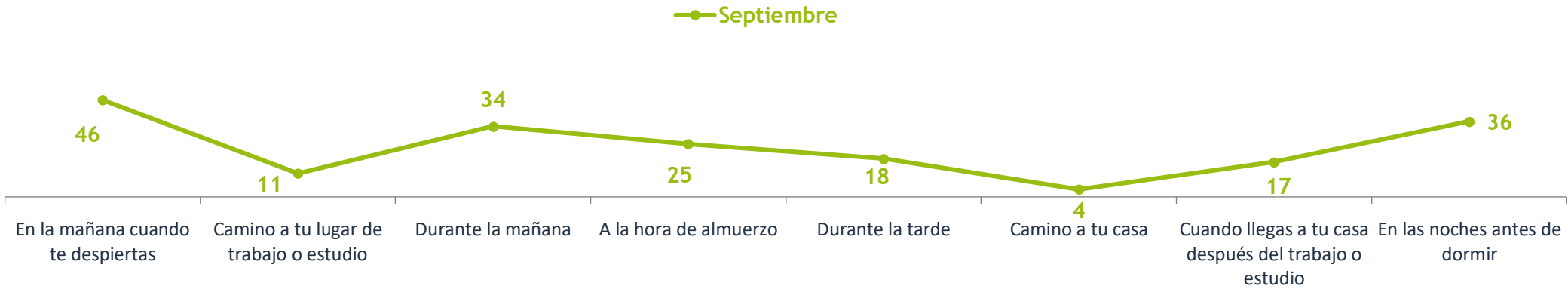
Pensando en una semana normal, ¿En qué momento del día te informas principalmente?

% Respuesta múltiple



Momento del día en que se informa

Pensando en una semana normal, ¿En qué momento del día te informas principalmente?



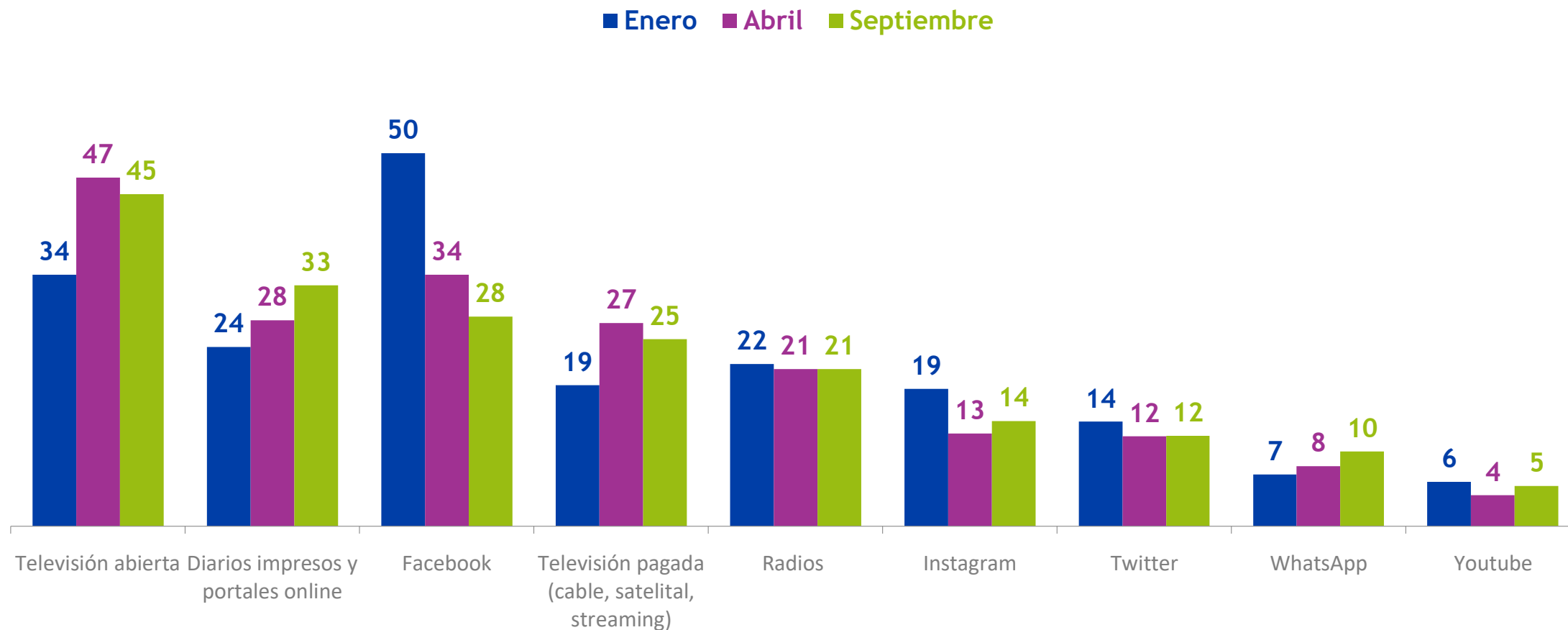
¿Dónde se informan? % Todos los días

WhatsApp	71	70	63	66	60	55	70	62
Televisión abierta	55	33	54	60	49	29	59	59
Facebook	55	54	52	54	51	54	54	53
Televisión pagada	52	35	46	46	36	29	45	47
Diarios impresos y portales online	46	35	41	33	27	26	35	39
Instagram	39	39	33	40	42	19	33	38
Radios	32	44	30	30	25	33	34	33
Youtube	22	33	23	18	15	33	14	21
Twitter	21	20	19	20	18	18	15	18

Medio de comunicación principal para informarse

En este contexto de crisis*, ¿Cuál ha sido tu medio de comunicación o plataforma digital favorita para informarte?

% Total Menciones



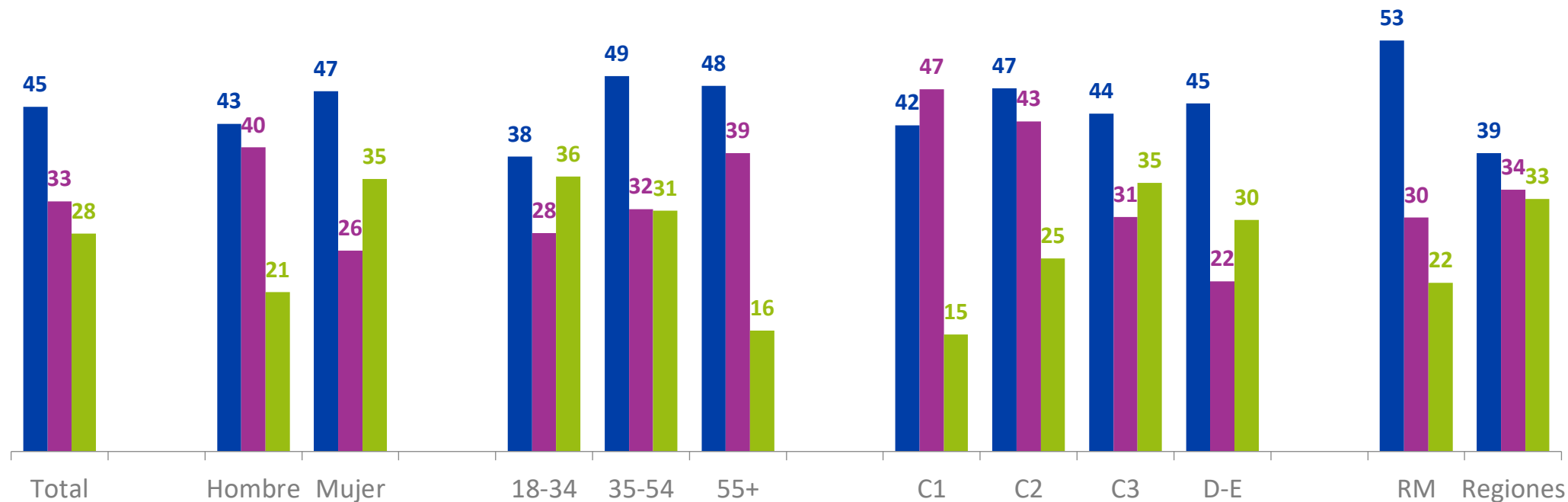
*Crisis **enero** corresponde a Crisis Social; **abril y septiembre** a Coronavirus.

Medio de comunicación principal – TV abierta vs Diarios vs Facebook

En este contexto de crisis, ¿Cuál ha sido tu medio de comunicación o plataforma digital favorita para informarte?

% Total Menciones

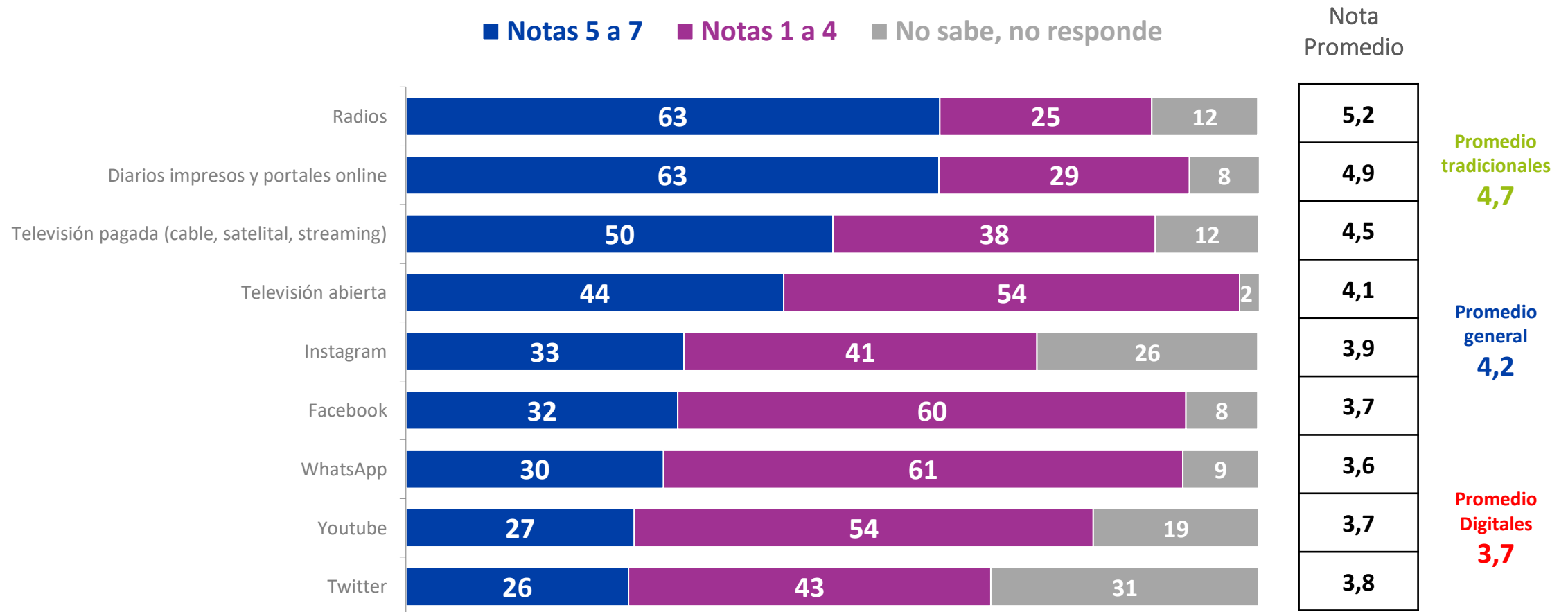
■ TV Abierta ■ Diarios impresos y portales online ■ Facebook



Confianza en medios y plataformas/RRSS

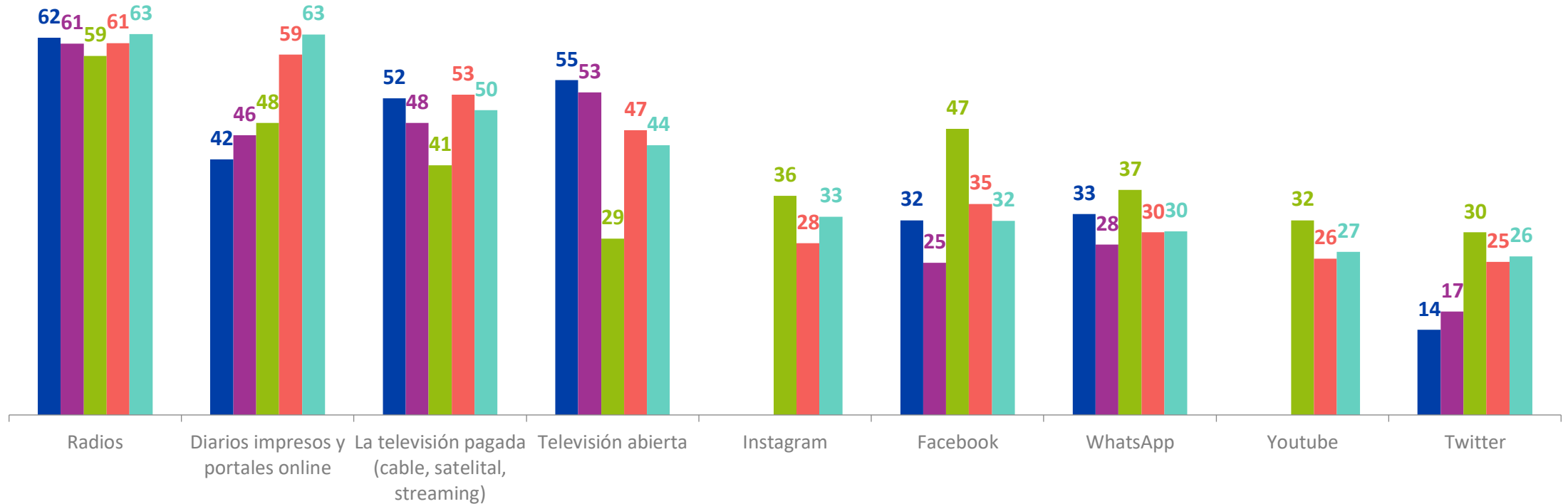
En este contexto de crisis por el coronavirus, ¿Cuánta confianza tienes en la información y noticias que has obtenido de...?
Utilice una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de confianza y 7 es mucha confianza.

%

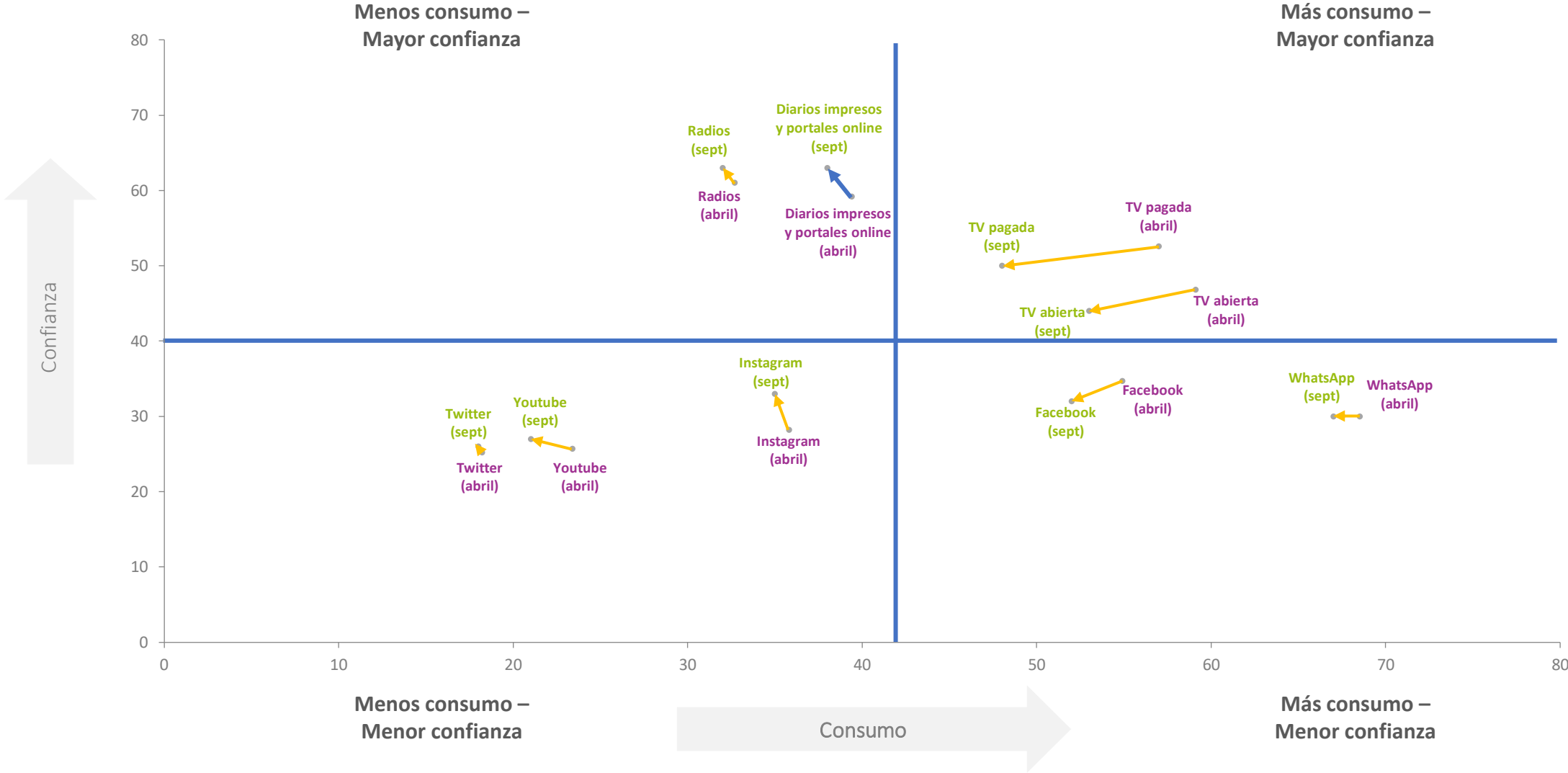


Confianza en medios y plataformas/RRSS

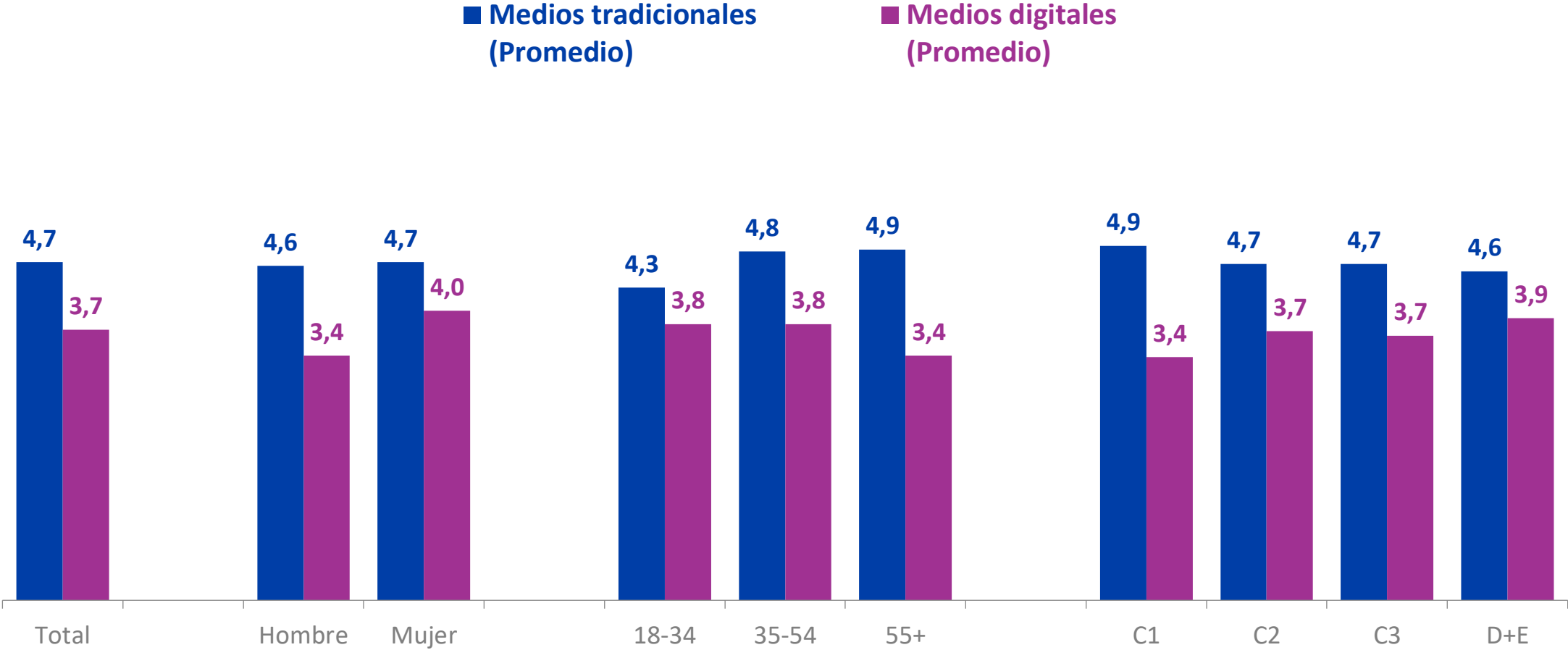
■ 03-Nov-2017 ■ 20-Abr-2018 ■ 8-Ene-2020 ■ 22-Abr-2020 ■ 1-Sept-2020



Consumo y confianza en medios/plataformas-RRSS



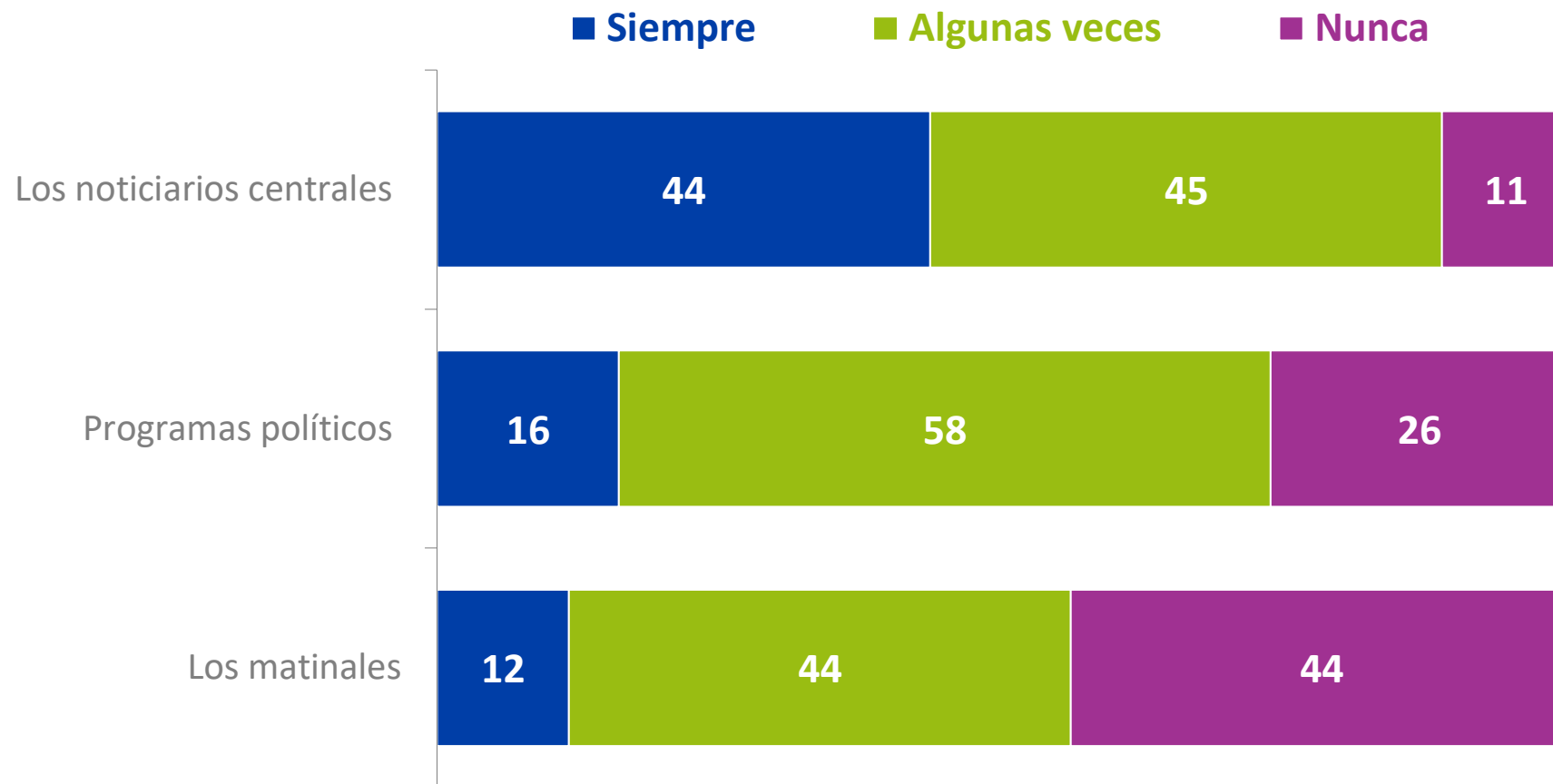
Confianza en medios vs plataformas/RRSS por segmentos



Sintonía de programas de televisión

Pensando específicamente en la Televisión, ¿Con cuánta frecuencia ves...?

%



Sintonía de programas de televisión

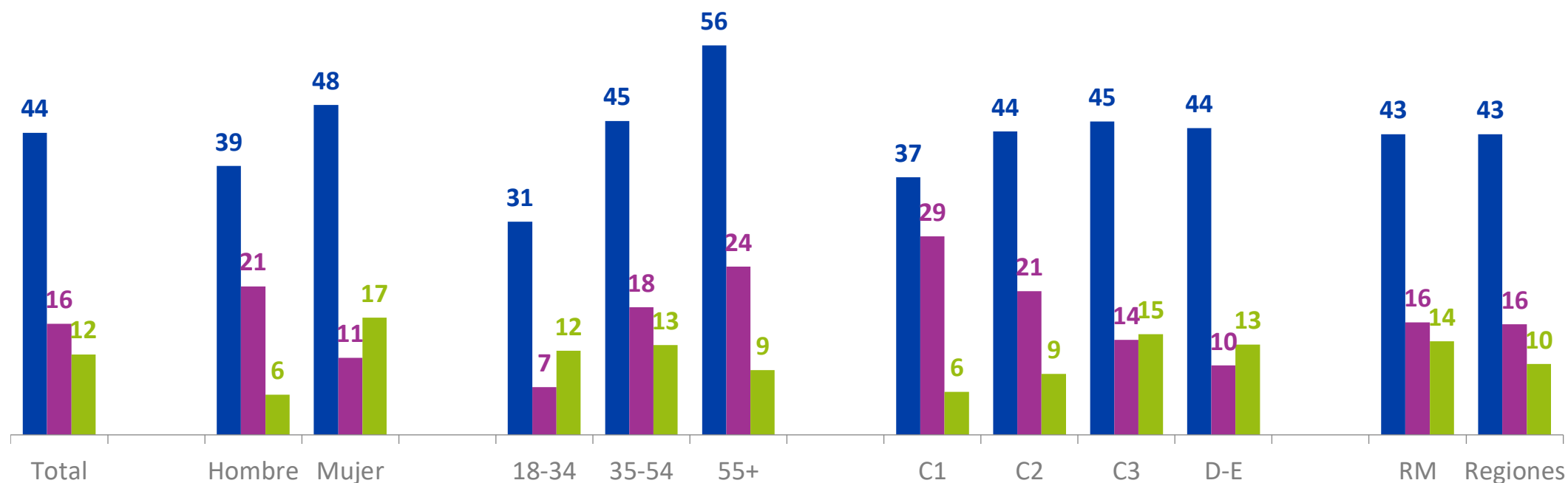
Pensando específicamente en la Televisión, ¿Con cuánta frecuencia ves...?

% Siempre

■ Los noticiarios centrales

■ Programas políticos

■ Los matinales

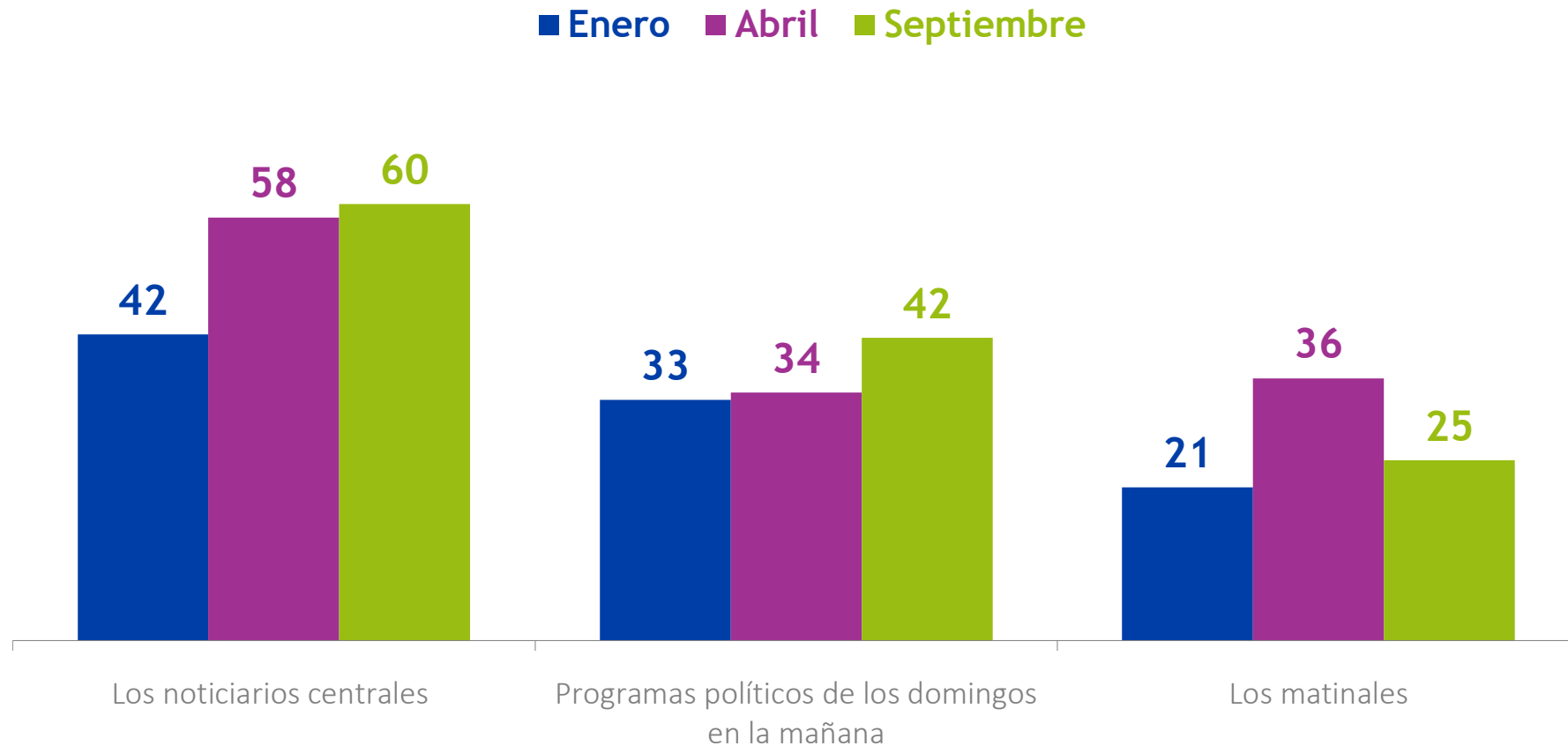


Confianza en programas de televisión abierta

Pensando específicamente en la Televisión. Utilizando una escala de 1 a 7 como en el colegio, ¿Cuánta confianza tienes en la información que proviene de...?

% Notas 5 a 7

Base: Entre quienes se informan por televisión abierta todos los días o 3-5 veces por semana

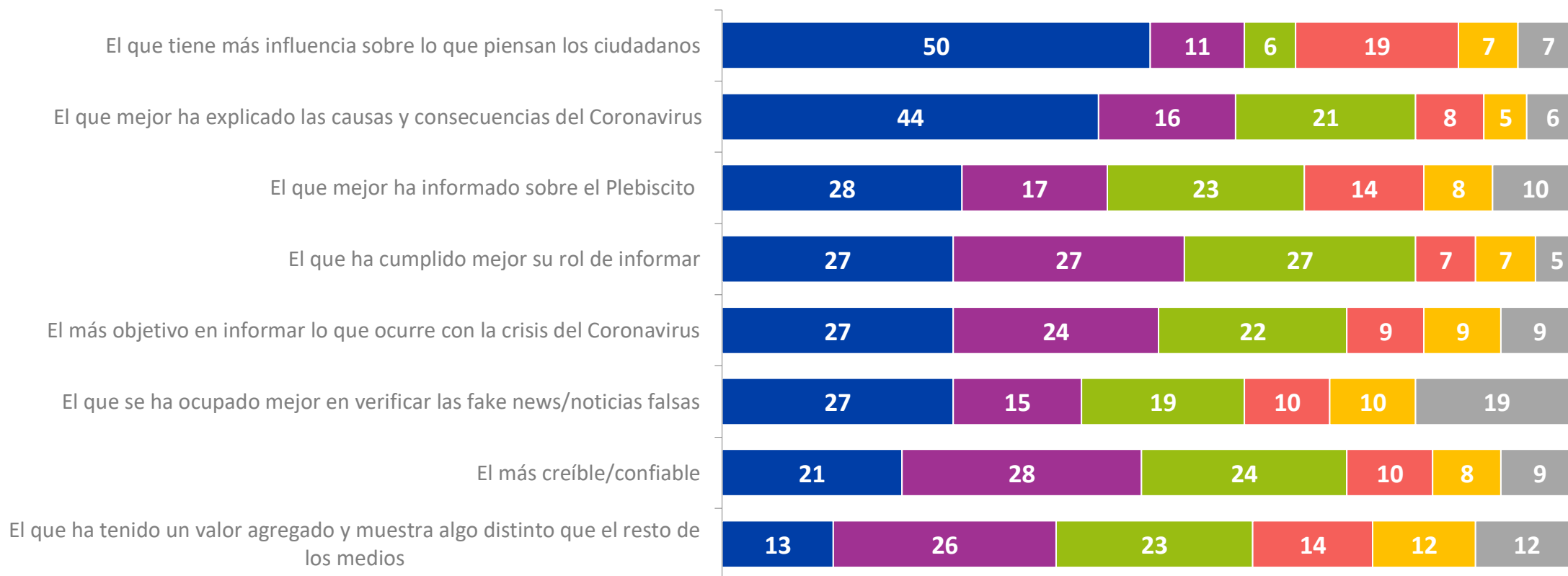


Rol de los distintos medios de comunicación

Pensando en la cobertura que han realizado los distintos medios de comunicación sobre lo que está ocurriendo actualmente en el país por la crisis del Coronavirus y el plebiscito de octubre, ¿Cuál de los siguientes crees que ha sido...?

%

■ Televisión ■ Radios ■ Diarios impresos y portales online ■ Facebook ■ Twitter ■ No sabe



Rol de los distintos medios de comunicación

Pensando en la cobertura que han realizado los distintos medios de comunicación sobre lo que está ocurriendo actualmente en el país por la crisis/plebiscito*, ¿Cuál de los siguientes crees que ha sido...?

%

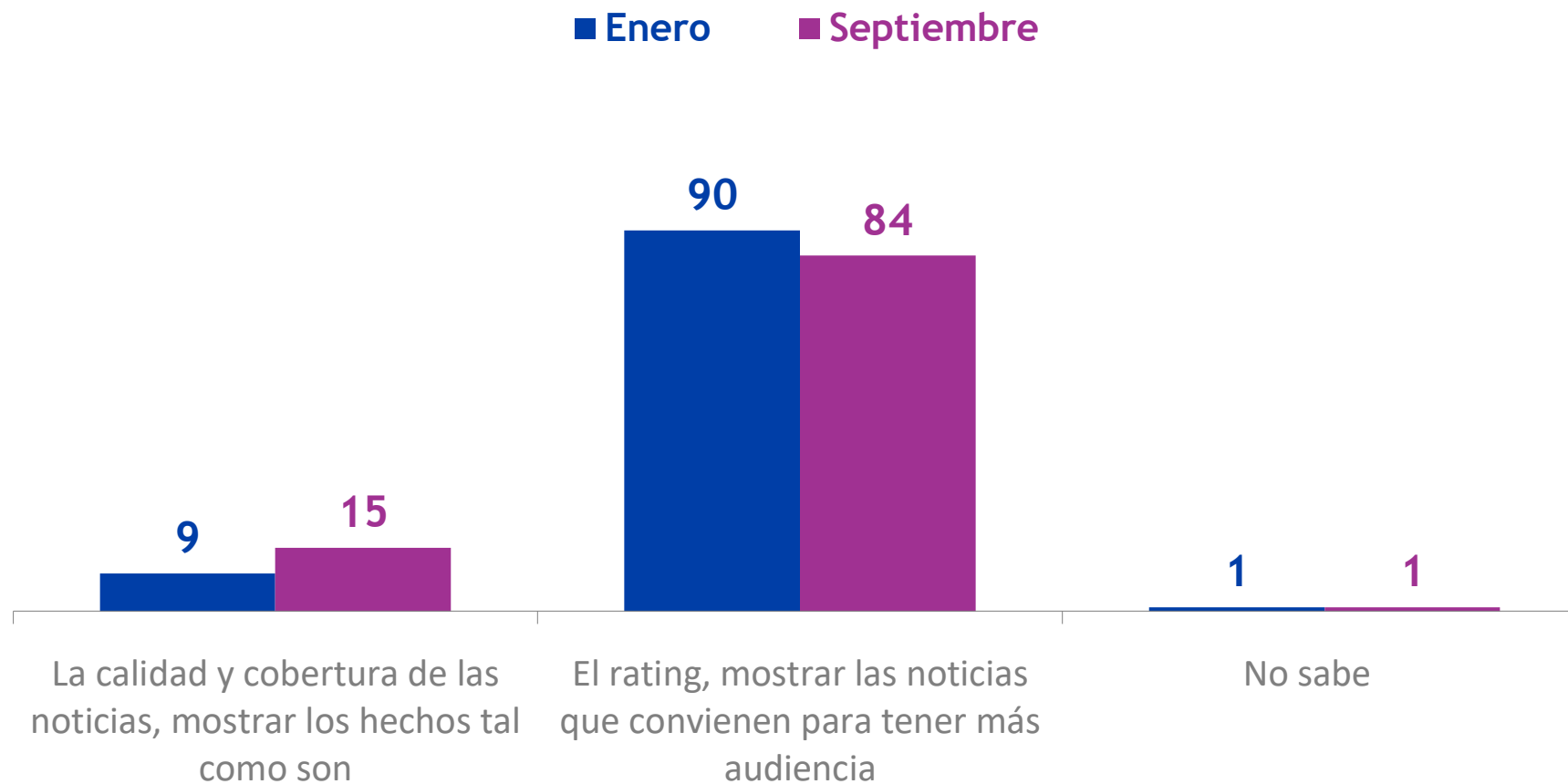
	El que mejor ha explicado las causas y consecuencias de la Crisis social / Coronavirus			El que ha cumplido mejor su rol de informar			El que se ha ocupado mejor en verificar las fake news/noticias falsas			El más objetivo en informar lo que ocurre (Crisis social / Coronavirus)			El más creíble/ confiable			El que ha tenido un valor agregado y muestra algo distinto que el resto de los medios			El que tiene más influencia sobre lo que piensan los ciudadanos			El que mejor ha explicado sobre el plebiscito		
	Enero	Abril	Sept	Enero	Abril	Sept	Enero	Abril	Sept	Enero	Abril	Sept	Enero	Abril	Sept	Enero	Abril	Sept	Enero	Abril	Sept	Enero	Abril	Sept
Televisión	16	41	44	12	33	27	17	29	27	10	27	27	9	24	21	6	15	13	32		50			28
Radios	22	15	16	28	23	27	15	15	15	30	24	24	28	25	28	25	21	26	10		11			17
Diarios impresos y portales online	22	24	21	22	23	27	20	21	19	20	24	22	22	26	24	23	24	23	6		6			23
Facebook	23	10	8	24	9	7	22	11	10	23	10	9	22	8	10	25	17	14	35		19			14
Twitter	8	4	5	8	5	7	8	6	8	7	4	9	8	5	8	9	7	12	6		7			8
No sabe	9	6	6	6	7	5	18	18	9	10	11	9	11	12	9	12	16	12	6		7			10

*Crisis **enero** corresponde a Crisis Social; **abril** a Coronavirus; y **septiembre** a Coronavirus y Plebiscito.

Interés de los medios de comunicación

¿Qué crees que les importa más a los medios de comunicación...?

%



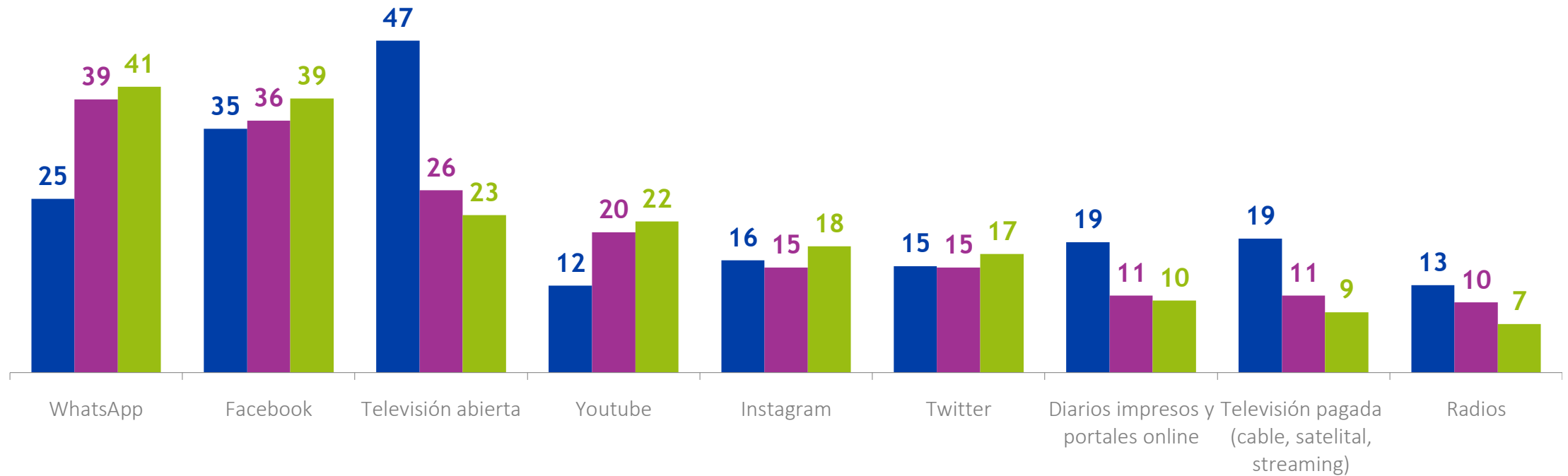
Frecuencia de fake news

¿Con qué frecuencia te has encontrado con noticias que crees que son falsas o inventadas desde el inicio de la crisis* en...?

Use una escala de 1 a 7, donde uno es nunca y 7 es permanentemente

% Notas 6 y 7

■ Enero ■ Abril ■ Septiembre



*Crisis **enero** corresponde a Crisis Social; **abril** y **septiembre** a Coronavirus.

El futuro de los medios

Septiembre
2020

cademo 

