

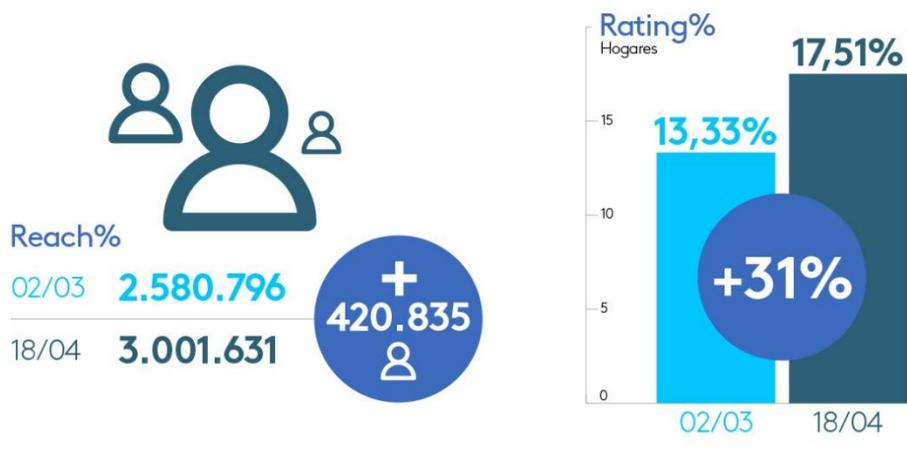
La TV se potencia de madrugada

El visionado de TV sigue creciendo en Argentina y nueva gente se suma a la audiencia de la tele durante la madrugada

Buenos Aires, mayo 2020.- Según la medición de Kantar IBOPE Media Argentina, una nueva cantidad de personas está mirando TV durante la madrugada, si se compara el 2 de marzo con el 18 de abril de 2020.

De acuerdo con los resultados se pudo observar que el consumo de TV durante la madrugada registró un crecimiento del 31% durante el período de cuarentena obligatoria. En cuanto a la cantidad de personas, el aumento también fue notable. El 2 de marzo el visionado registraba 2.580.796 personas y el 18 de abril este número pasó a ser de 3.001.631 personas, con un incremento de 420.835 personas.

El visionado de TV sigue creciendo en Argentina, y nueva gente se suma a la audiencia de la tele durante la madrugada.



Referencias de toda la información:
Fuente: Kantar IBOPE Media | Plaza: Buenos Aires (ciudad y conurbano) | Datos de Total TV | Targets: Total Hogares y Total Personas
Período de Tiempo: del 2/3 al 18/4/2020 | Franja Horaria: Lunes a Domingo de 00hs a 06hs

Otro dato a destacar es la evolución del rating en las distintas audiencias entre los días 2 de marzo y 18 de abril. Se registró un incremento del 26% en adultos jóvenes, mientras que el rating en adultos mayores fue aún más, con un 34%. También el tiempo de visionado en los niños creció notablemente, con un aumento del 16%, mientras que en los adultos mayores creció un 17%.

02/03 vs 18/04

Gran crecimiento del rating en **adultos jóvenes (+26%)** y **adultos mayores (+34%)**

Creció **(16%)** el tiempo de visionado en **niños**, y en los **adultos mayores (17%)**

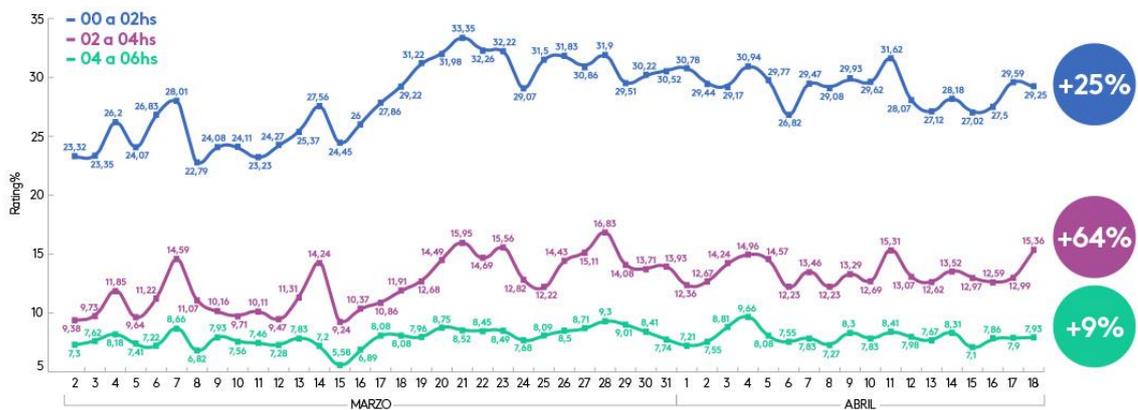
Referencias de toda la información:

Fuente: Kantar IBOPE Media | Plaza: Buenos Aires (ciudad y conurbano) | Datos de Total TV | Targets: Total Hogares y Total Personas
 Período de Tiempo: del 2/3 al 18/4/2020 | Franja Horaria: Lunes a Domingo de 00hs a 06hs

Evolución de TV por franjas horarias

Otro dato relevante para destacar es la evolución del rating de TV en hogares de acuerdo con las distintas franjas horarias entre el 2 de marzo y el 18 de abril. Así, de 00 a 02hs, el rating subió un 25%, mientras que de 02 a 04hs aumentó un 64%. En cuanto el incremento entre las 04 y las 06hs fue del 9%.

Evolución del Rating% Hogares de Total TV por franjas horarias

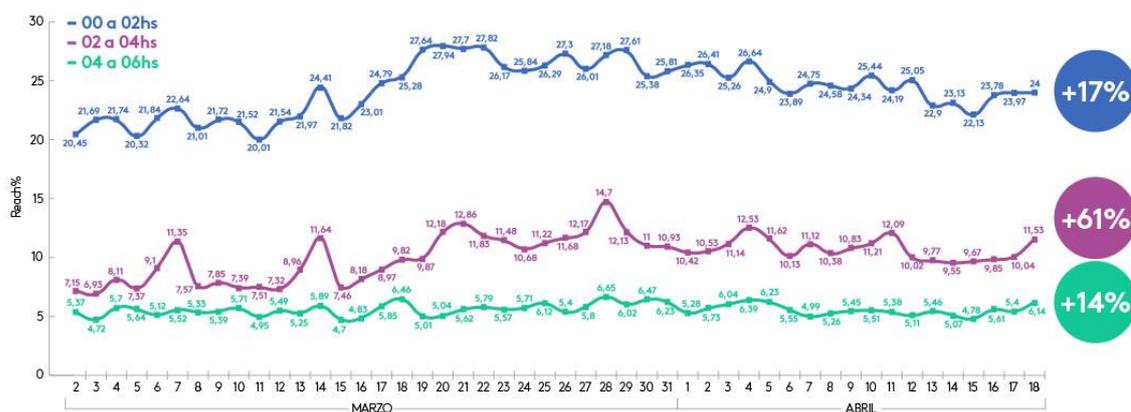


Referencias de toda la información:

Fuente: Kantar IBOPE Media | Plaza: Buenos Aires (ciudad y conurbano) | Datos de Total TV | Targets: Total Hogares y Total Personas
 Período de Tiempo: del 2/3 al 18/4/2020 | Franja Horaria: Lunes a Domingo de 00hs a 06hs

Respecto del total de personas que miran TV durante la madrugada también subió el porcentaje entre los días 2 de marzo y 18 de abril. Durante la franja horaria de 00 a 02hs, creció el visionado un 17% y de las 02 a las 04hs el aumento fue aún mayor: 61%. Por último, en la franja horaria de 04 a 06hs, el incremento fue del 14%.

Evolución del Reach% Personas de Total TV por franjas horarias



Referencias de toda la información:

Fuente: Kantar IBOPE Media | Plaza: Buenos Aires (ciudad y conurbano) | Datos de Total TV | Targets: Total Hogares y Total Personas
 Período de Tiempo: del 2/3 al 18/4/2020 | Franja Horaria: Lunes a Domingo de 00hs a 06hs

Sobre Kantar

Kantar IBOPE Media es líder en el mercado de investigación de medios de comunicación en América Latina y forma parte de Kantar.

Kantar es la **compañía líder mundial de datos, insights y consultoría. Entendemos mejor que nadie cómo la gente piensa, siente, compra, comparte, vota y ve.** Al combinar nuestra experiencia en el conocimiento de las personas con las tecnologías más avanzadas, los 30.000 empleados de Kantar ayudan a conseguir el éxito y el crecimiento de las organizaciones más importantes del mundo.