



SOCIAL TV EN CHILE: HÁBITOS Y TENDENCIAS

FACULTAD COMUNICACIONES UC - TRENDIGITAL

INVESTIGADOR DANIEL HALPERN

Social TV en Chile: HÁBITOS Y TENDENCIAS

Este primer reporte se focaliza en cuatro principales áreas



Uso de pantallas

Cuánto tiempo al día los usuarios consumen contenido a través de múltiples pantallas y cuáles son las combinaciones preferidas



Nuevas tendencias en TV

Cómo ven televisión hoy los usuarios y los patrones que muestran en sus conductas televisivas

Ruido social en TV

Exploramos los principales contenidos sobre los que los usuarios comentan y qué los motiva a comentar



El rol de las Redes Sociales

Cuáles son las redes preferidas de los usuarios para comentar en TV y el efecto que tienen en sus preferencias



Resumen EJECUTIVO

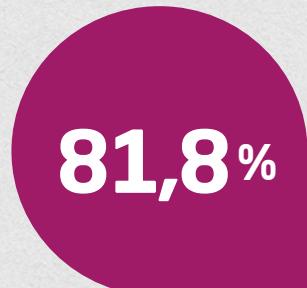
Social tv en Chile: Hábitos y tendencias

- Este reporte tiene como principal objetivo dimensionar el **fenómeno Social de TV en nuestro país**. Por Social TV entendemos la influencia que ejerce en las conductas televisivas la interacción social que se produce entre usuarios a través de dispositivos móviles y redes sociales, así como contenidos online generados por otros usuarios. Para estudiar este fenómeno se realizó una encuesta online a 2.705 usuarios de internet.

*La primera área del estudio concluyó que hoy el **74,5%** de los usuarios con acceso a Internet están más de la mitad del tiempo que están despiertos frente a una pantalla. Esto ha creado una nueva realidad en la que gran parte de los usuarios interactúan con distintas tecnologías, lo que permite que fenómenos como el de Social TV puedan desarrollarse.*

*Más del **85%** de los usuarios hoy utiliza las tecnologías de comunicación de forma simultanea, lo que explica el alto grado de convergencia que existe entre los distintos medios.*

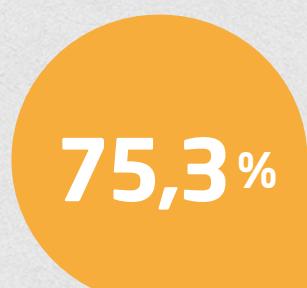
Es más, **81,4%** indicó que utiliza regularmente el teléfono celular mientras ve TV, lo que implica que potencialmente una gran cantidad de personas podrían interactuar socialmente con otros mientras ven TV. De hecho, más del 75% de los usuarios ha revisado su Facebook mientras ve TV, y una gran parte lo hace por el celular.



81,8%

**Usa
redes
sociales
al ver TV**

Lo que demuestra la gran penetración que tienen y el potencial para ser usadas para comentar sobre TV



75,3%

**Ha
Utilizado
Facebook
Al ver tv**

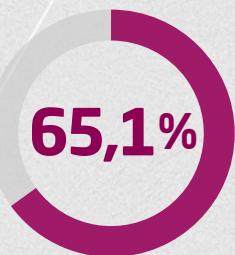
Es la red social preferida y tiene más del doble de usuarios que Twitter y 20 veces más que Instagram

Resumen EJECUTIVO

Redes Sociales y TV

Redes Sociales y TV

2 de cada 3 usuarios online han comentado sobre TV en las redes sociales. Dentro de los principales géneros en los que han comentado destacan las películas con un **40,3%**, las noticias con un **38,7%** y las series con un **38,4%**.



Comentan TV

Un alto porcentaje de usuarios hoy comentan sobre lo que ven en TV.

Principales Diferencias entre Géneros

Mientras un **38,9%** de los hombres ha comentado sobre deportes, el **19,6%** de las mujeres lo ha hecho, pero ellas comentan mucho más sobre telenovelas (25,7%) que los hombres (10,3%). En las razones por las que comentarían también se encontraron diferencias significativas: mientras el **9,9%** de los hombres comentaría una escena de sexo, sólo el **4%** de las mujeres lo haría.



Se influencian

Al leer lo que otros usuarios comentan y han cambiado el canal según comentarios



Nunca comentaría

Programas de farándula, es el cont. que tiene el rechazo más alto

CULTURA DE MULTIPLES PANTALLAS

01

Consumo Pantallas en día **PROMEDIO**

Multiples Pantallas



Hoy el **74,5%** de los usuarios con acceso a Internet están más de la mitad del tiempo que están despiertos frente a una pantalla

67,7%



Computador

Dos tercios dijeron pasar más de 4 horas diarias frente al computador

37,3%



Teléfono

Más de un tercio indicó que interactúa con un teléfono al menos 4 horas diarias

17,3%



Televisión

Casi 2 de cada 10 chilenos online pasa más de 4 horas frente a una pantalla de TV

• INTERACCIÓN

Los datos muestran que una parte importante de la población pasa más de 4 horas frente a diversos tipos de pantallas

• Simultaneidad

Lo que sugiere que gran parte de estas actividades se hace de forma simultánea e involucra más que un sólo tipo de pantalla

Principales usos por TECNOLOGÍAS

Multiples Pantallas



59,1%



Tv Smartphone

Se utilizan por un alto porcentaje para hacer actividades diferentes

40,5%



Tv Smartphone

Pero también se utilizan para complementarse, lo que explica por qué el **94%** los usa al mismo tiempo

55,1%



TV-PC/Laptop

También se utilizan para hacer actividades diferentes

37,5%



TV-PC/Laptop

Y se complementan muy bien ambas tecnologías, lo que también explica que más del **90%** los use simultáneamente

Principales usos por TECNOLOGÍAS

Multiples Pantallas



60,1%



Pc-Laptop / Smartphone

Es el mayor porcentaje de utilización para actividades diferentes pero simultaneas

36,7%



Pc-Laptop / Smartphone

También se utilizan para complementarse, lo que explica que más del 95% que tiene los utilice simultáneamente

CONCLUSIONES PARTE 01

Convergencia e integración tecnológica

A pesar de las evidentes diferencias entre cada pantalla, hoy gran parte de la tecnologías se utilizan por gran parte de los chilenos online para propósitos similares

Complementarias

Dentro de las actividades complementarias más destacadas está el uso de los smartphones con la TV, permitiendo que se desencadene el fenómeno que hoy llamamos Social TV

Simultaneas

De los usuarios que tienen las tecnologías, puede observarse que más del 85% las utiliza de forma simultanea, lo que explica el alto grado de convergencia que existe

No aplica

A excepción de las tablets, hoy los chilenos online manejan un variado set de tecnologías



LAS 02 TENDENCIAS EN USO DE TV

El perfil del nuevo **USUARIO**

Nuevas Tendencias

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones sobre ver televisión (en una TV, no en un dispositivo móvil o similar)?

16,8%

Interés por lo que otros ven

Le interesa saber qué están viendo mis amigos.

41,3%

Personalizar los servicios

Les gustaría recibir recomendaciones personalizadas sobre programas de TV basadas en las cosas que hace en internet

29,3%

Prefieren comentar lo que ven

Les gusta comentar lo que ven en la televisión por las redes sociales.

24,1%

Busca de similitud

Le interesa saber qué amigos ven programas parecidos a los que ve en TV.

INTERESADO



BUSCA COMUNIDAD



PERSONALIZA



COMENTA

Que hace mientras ve tv en un **DISPOSITIVO**

Nuevas Tendencias

No ve TV por dispositivos

Nunca veo TV a través de estos dispositivos

Información

Buscar información

Internet

Navegar por internet

Transacciones

Pagar una cuenta o hacer alguna transacción bancaria

30,2%

39,2%

17%

53,6%

8,6%

8,8%

24%

21,2%

Viajes

Planificar/coordinar un viaje

Consumismo

Buscar o comprar productos

Noticias

Leer noticias

Música

Descargar/escuchar música

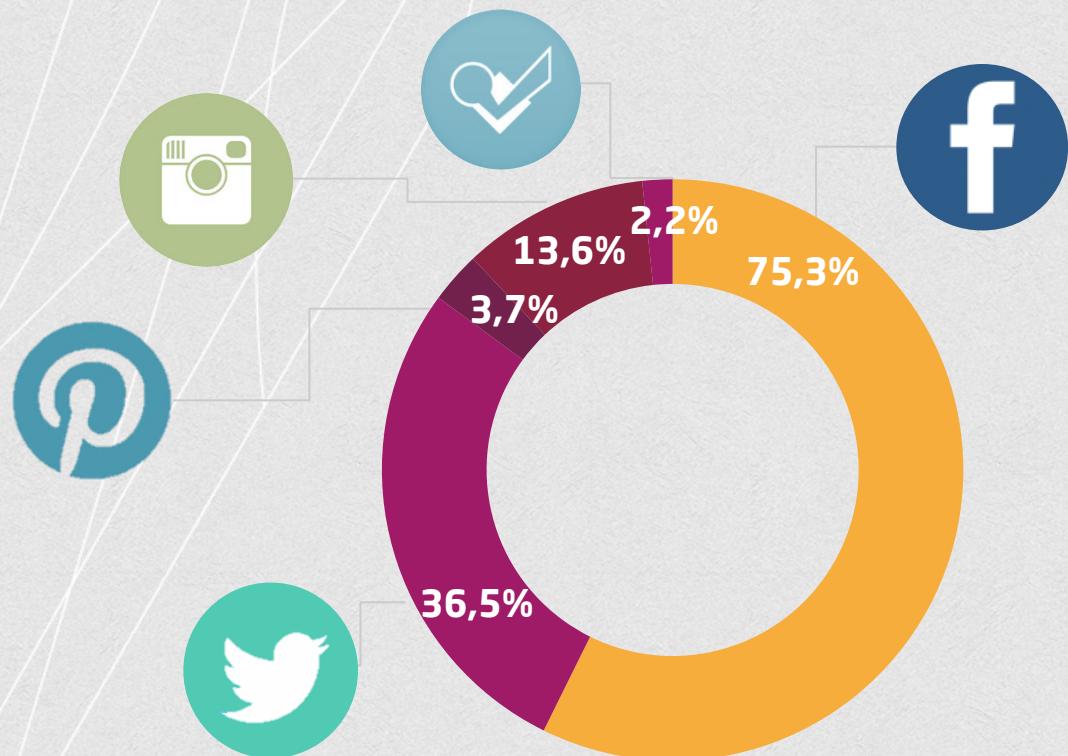


REDES SOCIALES Y USO DE TV

03

Redes sociales y TELEVISIÓN

¿Cuál de las siguientes redes sociales ha utilizado mientras ve televisión?
(ya sea para comentar, leer comentarios o buscar información sobre TV)



81,8%

Usa
redes
sociales
al ver TV

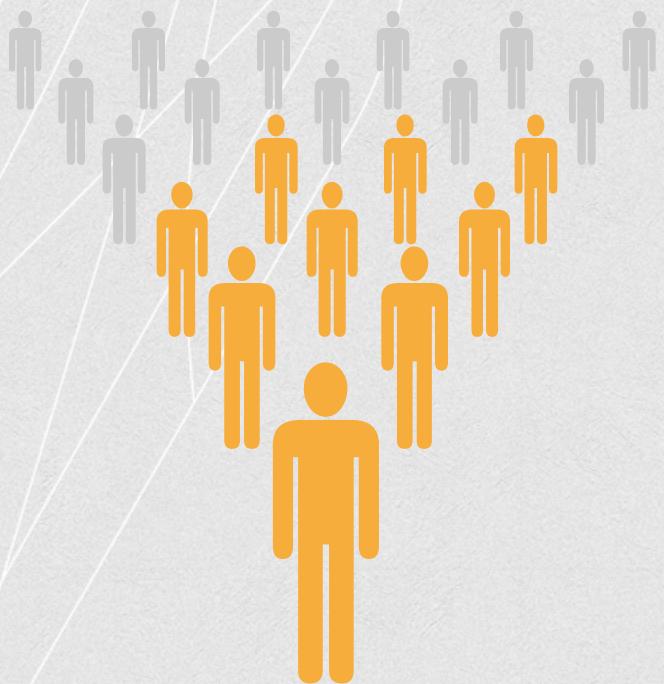
Lo que demuestra la gran penetración que tienen y el potencial para ser usadas para comentar sobre TV

75,3%

Ha
Utilizado
Facebook
Al ver tv

Es la red social preferida y tiene más del doble de usuarios que Twitter y 20 veces más que Instagram

Redes sociales y TELEVISIÓN



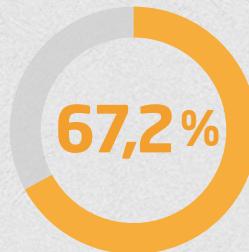
65,1 %

Ha comentado en redes sociales sobre programación que ha visto en TV

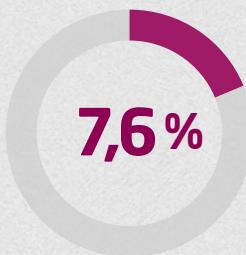
Esto quiere decir que 2 de cada 3 individuos con acceso a internet están comentando en alguna red social sobre programas que ven



TV ABIERTA

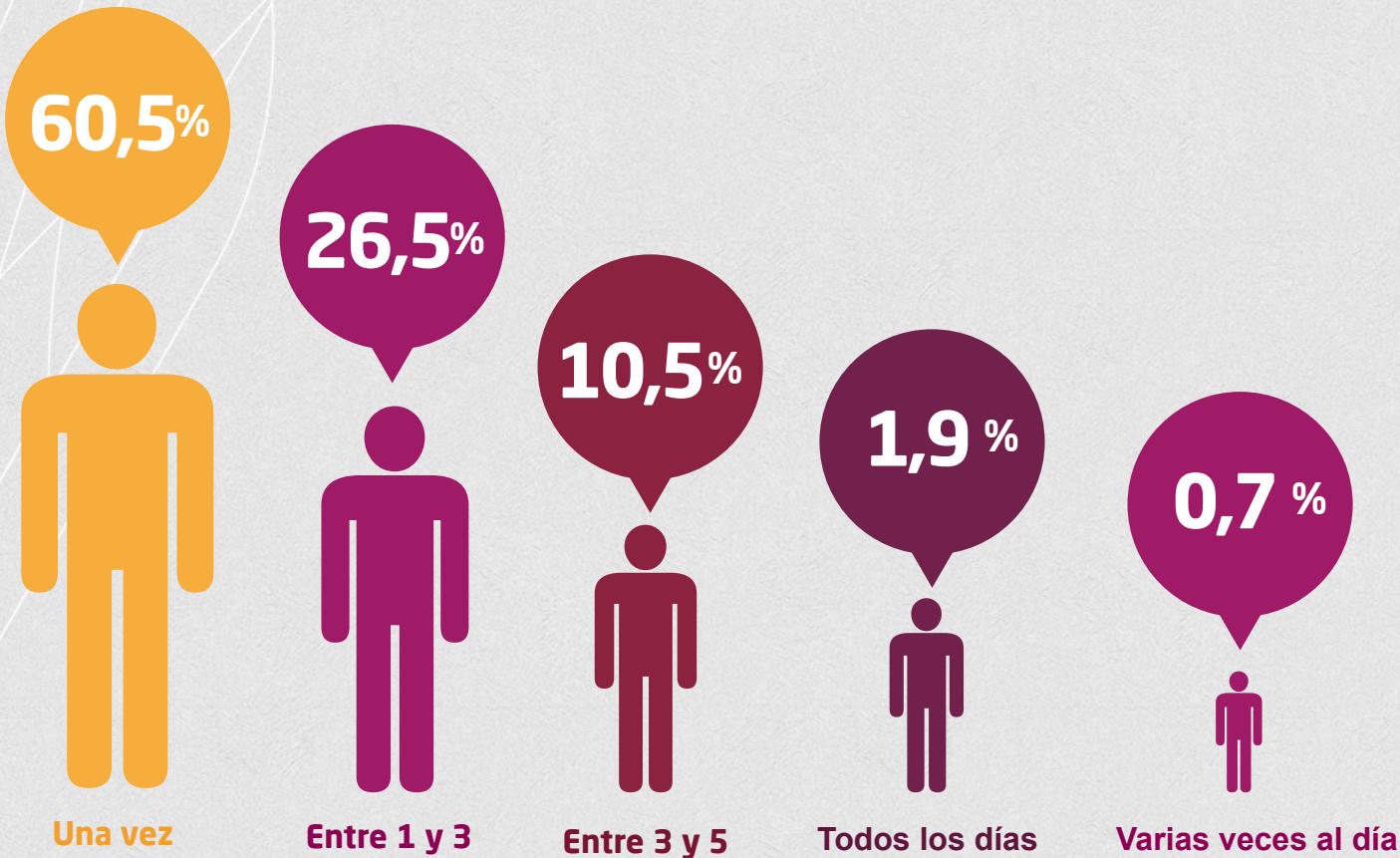


CABLE



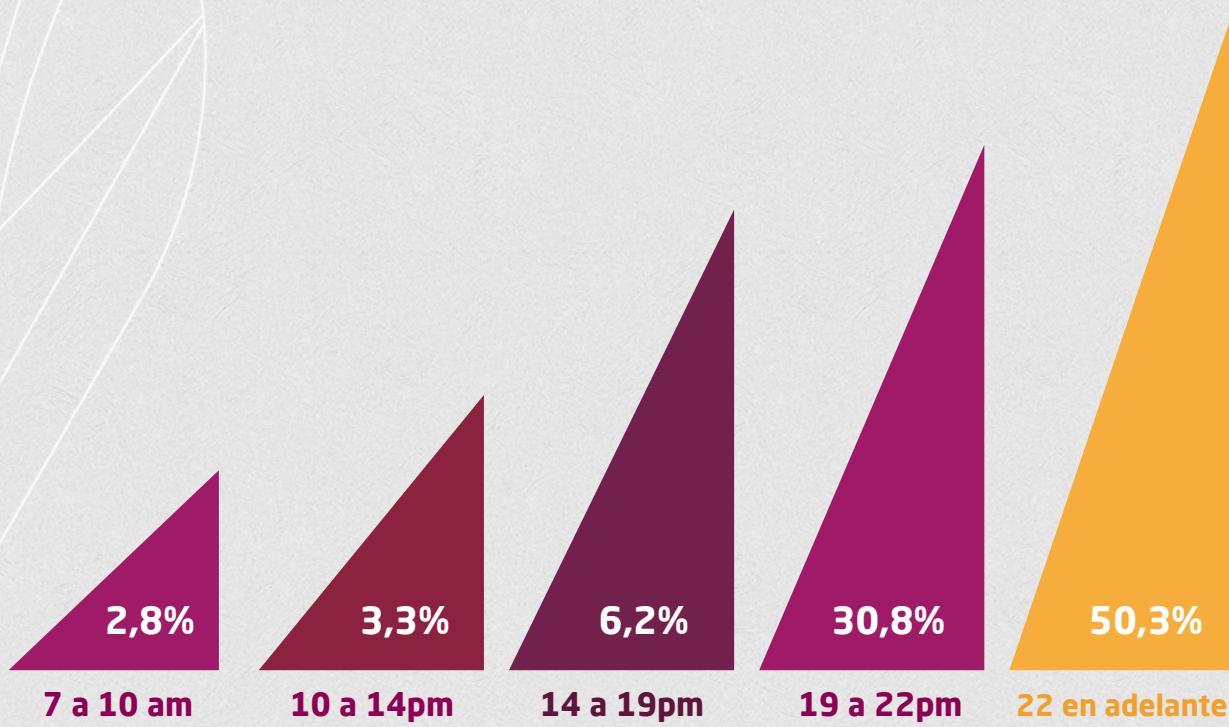
ON DEMAND

Frecuencia de uso TV SOCIAL CHILE



En promedio, ¿Cuántas veces a la semana
comenta sobre TV en redes sociales?

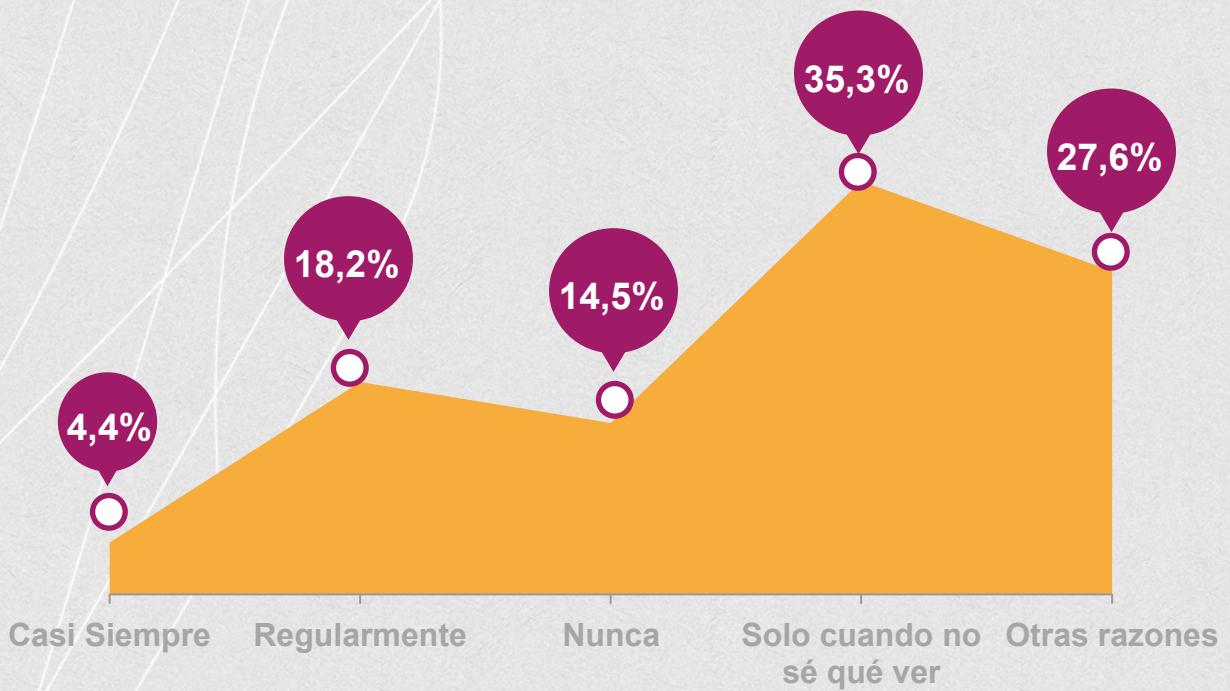
Frecuencia de uso TV SOCIAL CHILE



Horarios

¿En qué horarios comenta sobre programas de TV durante los días de semana (de lunes a viernes)?

Frecuencia de uso TV SOCIAL CHILE



El impacto de las redes en las conductas televisivas

¿Ha comenzado a ver televisión o cambiado de canal por comentarios que leyó en las redes sociales (tuits, posteos en Facebook, u otro similar)?

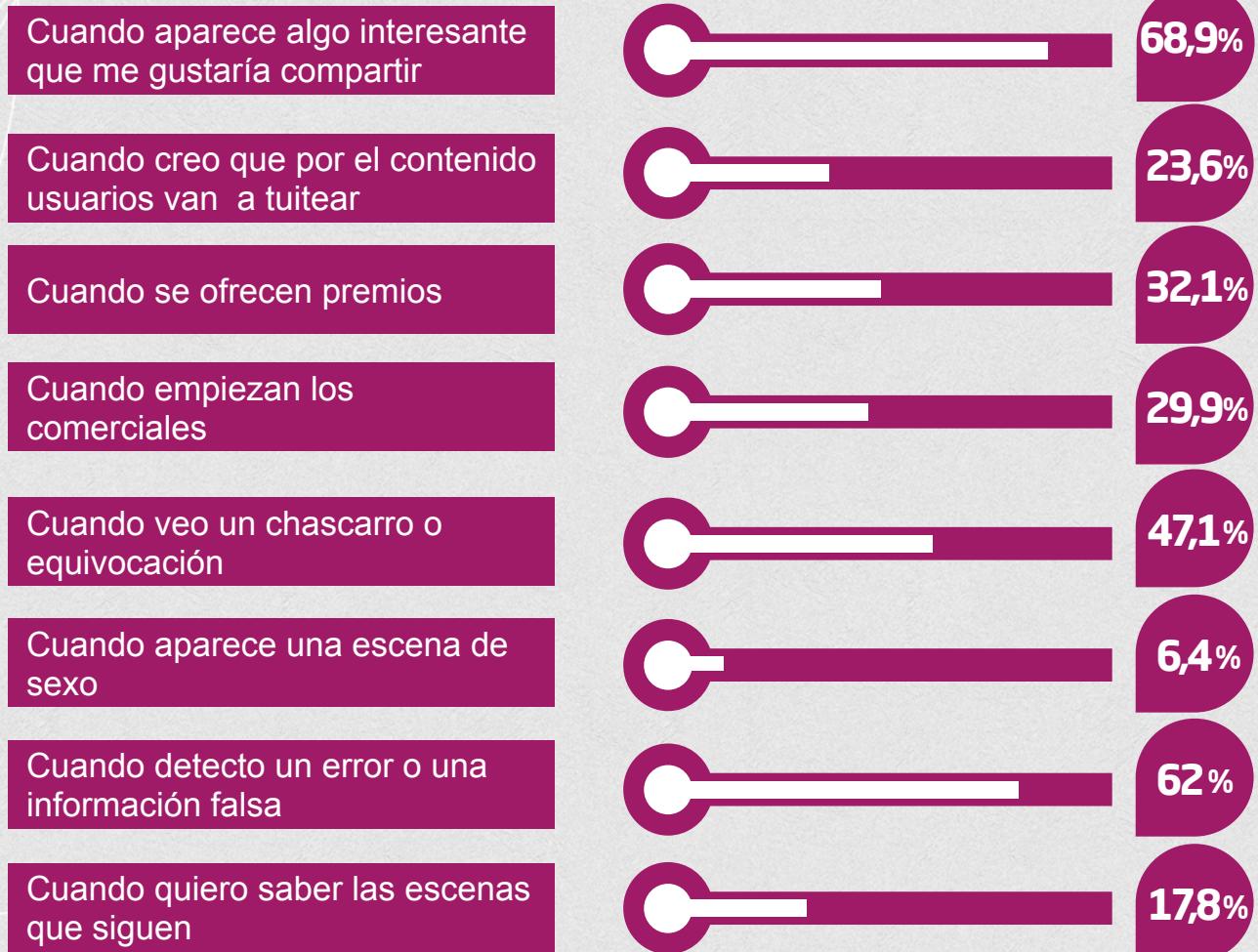
Efecto mayor en indecisos

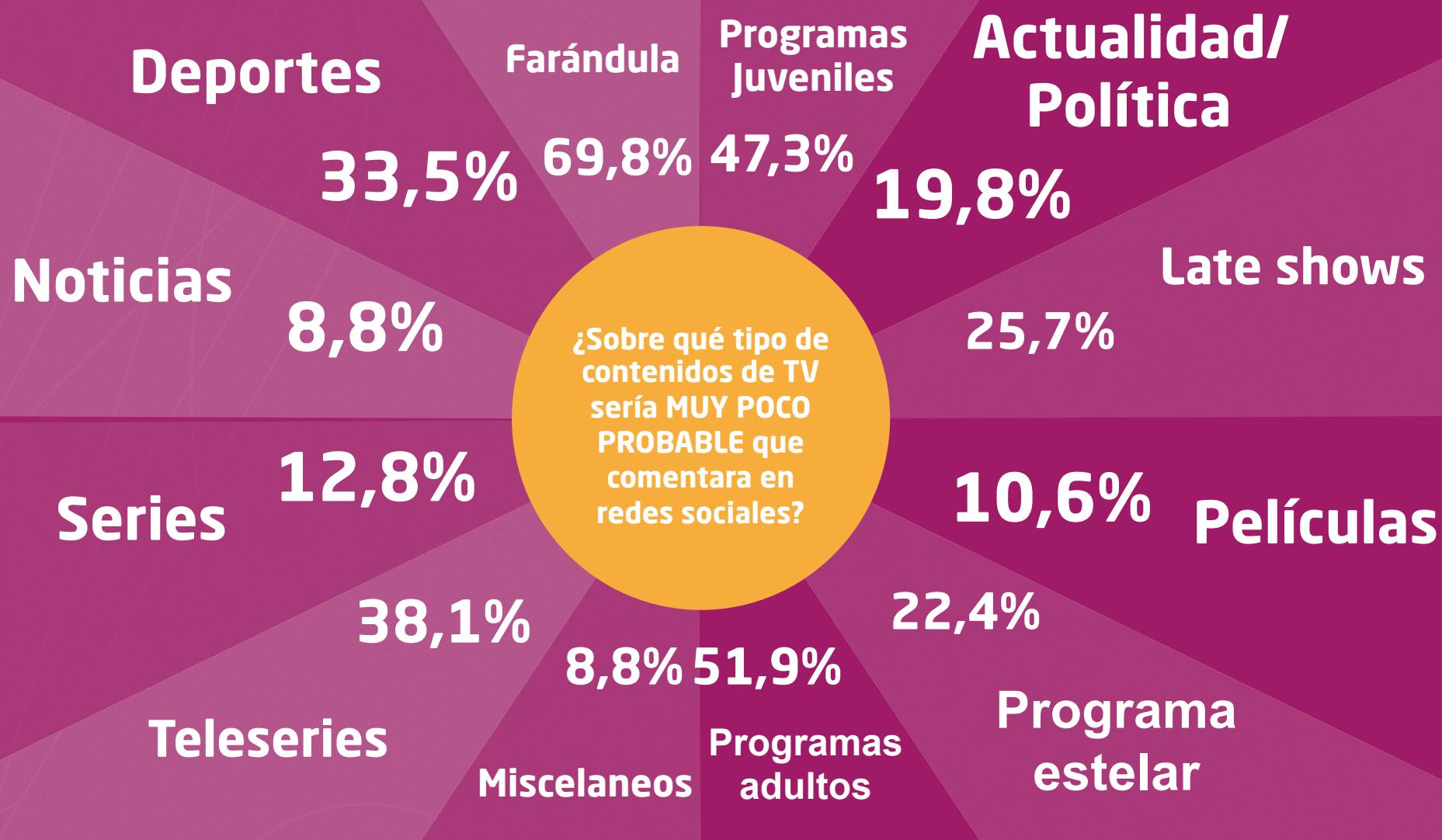
Si bien los comentarios que se realizan en las redes tienen son persuasivas en general, es interesante resaltar que en aquellas personas que saben lo que quieren ver en TV, sí inciden en los usuarios más indecisos y un 35,3% dijo verse influenciado por ellas.



Las razones de los usuarios para **COMENTAR**

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales para comentar o leer comentarios en los siguientes momentos de un programa de TV?





Lo que comentan los usuarios EN CHILE

38,7 %

Noticias
Muestra un alto número de comentarios por parte de los usuarios y un muy bajo nivel de rechazo, lo que hace que sea el genero más comentable

38,4%

Películas
Similar a las noticias, muchos de los usuarios vieron muy poco improbable comentar sobre este tipo de contenido, pero a la vez es muy comentado

40,3 %

Series
A diferencia de las teleseries, muestra altos niveles de aprobación, lo que ilustra la amplitud y diversidad de series que hoy existen, las que son para todo tipo de público



Farándula

Muestra un alto porcentaje de rechazo y muy poco de apoyo, lo que demuestra que sólo un público específico comentaría



Programas de adultos

Tiene el ratio más bajo entre el porcentaje de personas que ha comentado y los que nunca lo haría



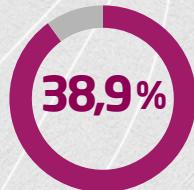
Deportes y Teleseries

Interesantemente estos dos contenidos muestran altos porcentajes de comentarios pero también de rechazo

Diferencias por géneros en **COMENTARIOS**

Deportes

Los hombres comentan mucho más temas deportivos



Teleseries

Los hombres casi no comentan este género y muestran una alta tasa de rechazo



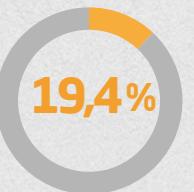
Series y Películas

En ambas los hombres comentan menos



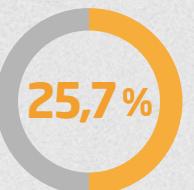
Deportes

Las mujeres además dicen que no comentarían deportes



Teleseries

Nullam eu tempor purus. Nunc a leo magna, consequat.



Series y películas

Las mujeres prefieren comentar en este género más que los hombres



Diferencias por géneros en el USO DE REDES

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales para comentar algo interesante que le gustaría compartir?

65,8%

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales para comentar o leer comentarios cuando se ofrecen premios?

28 %

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales cuando quiero saber el final o las escenas que siguen?

14,9%

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales cuando aparece una escena de sexo?

9,9 %

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales para comentar algo interesante que le gustaría compartir?

71,2%

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales para comentar o leer comentarios cuando se ofrecen premios?

35 %

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales cuando quiero saber el final o las escenas que siguen?

14,9%

¿Cuán probable es que utilice las redes sociales cuando aparece una escena de sexo?

9,9 %



METODOLOGÍA ESTUDIO SOCIAL

03

TV

Información y **METODOLOGÍA**

Encuesta online

La encuesta se aplicó entre el 25 de diciembre del 2013 y el 28 de enero del 2014

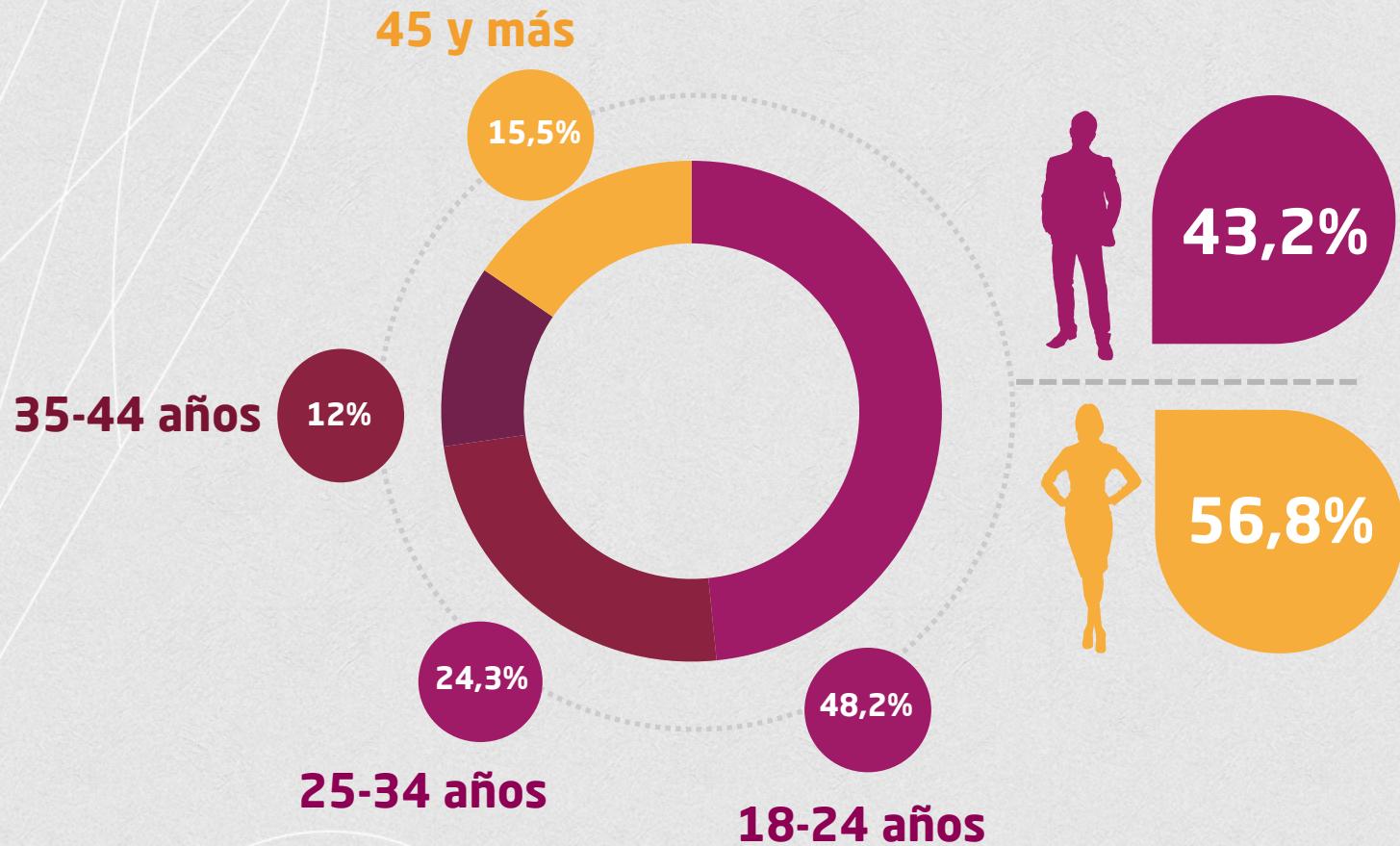
Panel **TrenDigital**

Se envió cuestionario a **20 mil usuarios** de panel representativo de la población online y usuarios VTR

Tasa de Respuesta

3.284 usuarios comenzaron la encuesta y 2.705 la terminaron, con una tasa del **13,53%**

Información y METODOLOGÍA



Información y METODOLOGÍA

