



### MERCADO

La programación de Chilevisión está dirigida a una audiencia masiva, conformada por todos los géneros, grupos socioeconómicos y diversidad de nuestra sociedad.

El año 2005 las ventas de Chilevisión crecieron un 16 por ciento respecto del año anterior, mientras el mercado publicitario chileno creció sólo un siete por ciento, siendo además el canal más rentable de la industria.

El primer semestre de 2006, las ventas de Chilevisión crecieron un 60 por ciento respecto del año anterior, mientras el mercado publicitario chileno creció sólo un diez por ciento, siendo nuevamente el canal más rentable de la industria.

### LOGROS

En los últimos años, Chilevisión ha destacado por sus innovaciones programáticas. Entre ellas podemos señalar la exhibición de telenovelas y series de ficción en horario estelar, y la creación de nuevos espacios periodísticos.

En el ámbito comercial, el canal destaca por la eficiencia y flexibilidad de sus formatos de comercialización, introduciendo innovaciones como las campañas publicitarias de eficiencia garantizada, la publicidad virtual y el product placement.

### PRODUCCION 2005

	Horas	%
<b>PRODUCCION PROPIA</b>		
Programas	2.508	36,4%
Noticias	1.744	25,3%
Externa	788	11,5%
Subtotal Producción Propia	5.040	73,2%
Producción Extranjera (Fílmico)	1.842	26,8%
<b>Total</b>	<b>6.882</b>	<b>100,0%</b>

### HISTORIA

La primera transmisión se realizó el 4 de noviembre de 1960. En sus inicios, Canal 9 fue una señal experimental que, gracias al aporte estatal, salía al aire sólo los días viernes durante una hora.

En 1980, el canal cambió su frecuencia a la 11 y pasó a llamarse Teleonce. Esto generó sustanciales hitos programáticos como Teleonce al despertar, Los Bochincheros y Extra Jóvenes. Hacia 1988, Canal 11 abarcaba las regiones Quinta, Sexta y Metropolitana, además de sus estaciones autónomas en Chillán, Valdivia y La Serena, con transmisión diferida.

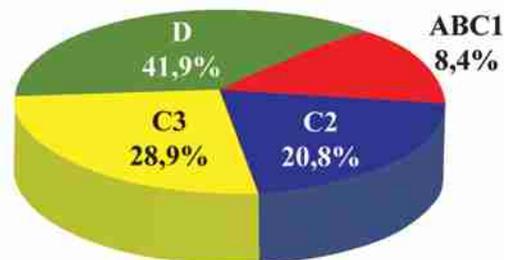
El 31 de marzo de 1991, Teleonce se transformó en Red de Televisión de la Universidad de Chile, RTU.

En 1993, RTU realizó una sociedad anónima con Editorial Universitaria y luego la Universidad aceptó la propuesta de la principal estación televisiva venezolana, Venevisión, otorgando el 49 por ciento de sus acciones a esta última. El 1 de octubre de 1993, RTU pasó a ser Chilevisión S.A. y logró tener cobertura nacional en abril de 1994.

A fines de marzo de 1999, Chilevisión pasó a formar parte de Iberoamerican Media Partners, conglomerado comunicacional formado por Cisneros Television Group y Hicks Muse, Tate & Furst.

En 2001 se anunció el acuerdo definitivo de fusión entre las empresas IberoAmerican Media Partners, Cisneros Television Group y El Sitio, para la formación de una nueva compañía denominada Claxson Interactive Group. En 2002, llega a Chilevisión un nuevo director ejecutivo, Jaime de Aguirre, quien fortaleció el área de prensa, formando un equipo altamente profesional y valorado por el público. Así, el

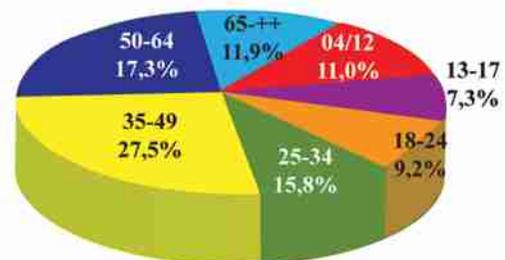
PERFIL DE AUDIENCIA A MAYO DE 2006

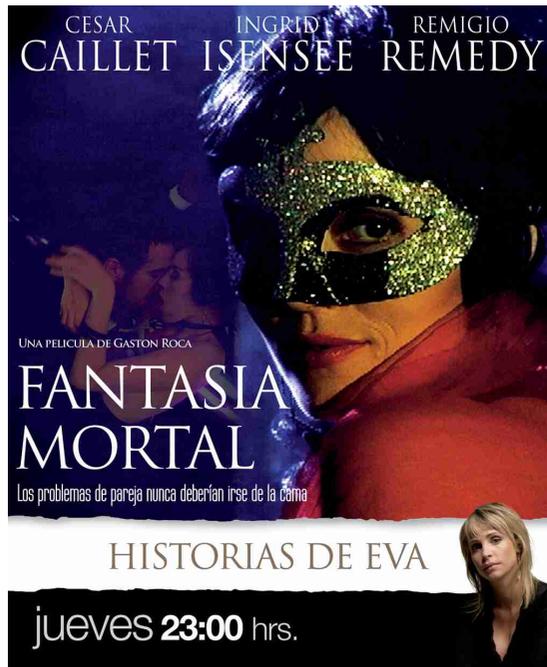


PERFIL TOTAL PERSONAS GENERO A MAYO DE 2006



PERFIL TOTAL PERSONAS EDADES A MAYO DE 2006





departamento de prensa comenzó a transmitir seis horas diarias distribuidas en distintos espacios informativos.

El 15 de abril de 2005, Bancard compró el 100 por ciento del capital accionario de Red de Televisión Chilevisión S.A. Esta nueva propiedad le ha dado un sustento financiero y de gestión al proyecto televisivo de Chilevisión. Así, se invierte en tecnología y se generan nuevos proyectos, como la digitalización de prensa, producción y mejoras en la red de transmisión, y también se desarrolla el área dramática para el canal, que graba la primera teleserie de Chilevisión, y para la cual se construye un nuevo y completo estudio ubicado en la comuna de Maquil.

### PRODUCTOS

En 2003, CHV lanzó diez productos de entretenimiento orientados a las mujeres y al público masivo del horario prime, con lo que abrió nuevos espacios y alternativas para las marcas y los avisadores en términos de publicidad. Los casos más notables fueron el de En La Mira, REC y Primer Plano.

Además, el teatro en vivo volvió a la pantalla en Teatro en CHV. También se apostó por El Diario de Eva, un programa de servicio a la comunidad tipo talk show que poco a poco se consolidó de lunes a viernes en la mañana.

### DESARROLLOS RECIENTES

Se desarrolló el área de series de ficción con Infieles -tres entretenidas historias cada jueves, basadas en relaciones de parejas y situaciones de infidelidad donde más de alguien se sentirá identificado; Casados e Historias de Eva -relatos de las problemáticas expuestas en el Diario de Eva, y que esta temporada consiguió excelentes resultados de rating, obteniendo los primeros lugares de audiencia, alcanzando un peak de rating de 31.2 puntos.

Junto a lo anterior, el área de deportes se potenció con la exhibición del mejor Fútbol Europeo, mostrando la Champions League y el Fútbol Inglés, además de la transmisión y difusión de algunos torneos ATP, y todas las fechas de la Fórmula 1.

### PROMOCIÓN

Dentro de la estrategia comunicacional de Chilevisión, sus campañas de imagen tienen como objetivo posicionar la marca, reflejando el espíritu y valores de CHV a través de sus rostros, utilizando principalmente medios masivos. También se desarrollan campañas más tácticas y segmentadas para apoyar el lanzamiento de nuevos productos, los cuales se complementan con una fuerte estrategia comunicacional de difusión y relaciones públicas.



### LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE CHILEVISION

- “La Esclava Isaura”, la teleserie extranjera más exitosa de los últimos años en la televisión chilena, exhibida en horario prime, fue emitida en 134 capítulos, lo que expresados en minutos son 9.836 (\*).
- El peak de sintonía más alto en la historia del Festival de Olmué se registró el domingo 22 de enero de 2006 con 43.3 (\*) puntos de rating, con la rutina del humorista “Ruperto”.
- El 12 de febrero de 2004, el ídolo máximo del fútbol chileno, Iván Zamorano, suspendió su matrimonio con la modelo María Eugenia Larraín. Ese día, S.Q.P. en su edición veraniega de la tarde marcó el rating más alto en su historia, 17.3 puntos (\*), superando al resto de los canales y con un peak de audiencia de 23 puntos.
- La variación de crecimiento 2005-2006 registrado por Chilevisión en el primer semestre en su prime time fue de casi un 100 por ciento. Chilevisión se transformó en el único canal que registraría una variación tan alta.

(\*) Fuente time – ibope. Variación calculada en bloque horario 22:00 a 24:00 hrs. lunes a domingo. Desde el 1 de enero al 30 de junio 2006.

