



## MERCADO

La programación de CHV está dirigida a una audiencia masiva, balanceada entre las distintas edades y segmentos socioeconómicos, siendo especialmente competitiva entre los adultos jóvenes y segmentos medios altos.

En el 2006 las ventas de CHV crecieron de 34,2% versus el 5,5% promedio de la industria. El 2007 se consolida el terreno ganado, logrando niveles de crecimiento similares a los de la industria.

## LOGROS

CHV se ha destacado por sus innovaciones y aciertos programáticos, entre los que destacan las súper producciones extranjeras, series de ficción en horario estelar, nuevos espacios periodísticos de alto interés social y la primera producción dramática propia "Vivir con 10", teleserie que abrió, de manera exitosa, una puerta al canal en esta área.

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

## 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.

En 1991 Teleonce pasó a ser Red de Televisión de la Universidad de Chile (RTU), que posteriormente le otorgaría en 1995 el 99% de sus acciones a la principal estación televisiva venezolana: Venevisión. Ésta fue creada en 1961 por Diego Cisneros y pertenece a uno de los conglomerados empresariales más grandes del mundo: ODC (Organización Diego Cisneros), quien posee intereses en Europa, Asia, Estados Unidos y América Latina.

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

los activos de estas últimas grandes empresas, en el 2001 se anunció oficialmente la fusión de la nueva sociedad Claxson Interactive Group.

Finalmente, el 15 de abril del 2005, Claxson vendió el 100 por ciento del capital accionario de Red de Televisión Chilevisión S.A. a Bancard Inversiones Limitada e Inversiones Bancorp Limitada.

## PRODUCTO

Desde el 2003, CHV ha abierto nuevos espacios y alternativas para las marcas y los avisadores a través de nuevos programas orientados al público masivo del horario prime.

Uno de los programas consolidados entre el 2006 y 2007 fue "En la Mira", que en sus 5 temporadas logró ratings históricos con reportajes que llegaron



# te sirve



**CHV NOTICIAS**

www.chilevision.cl

a ser tema de conversación y discusión a nivel país. “Teatro en CHV”, con sus funciones en vivo, cautivó a su público sábado tras sábado, cumpliendo 500 capítulos con una función especial en el Teatro Teletón.

En el área de entretenimiento, “Primer Plano” se transformó en uno de los principales referentes de espectáculos de la escena nacional.

El espacio que sin duda marcó la temporada fue “El Club de la Comedia”, programa de humor original integrado por seis actores jóvenes y que hasta el momento ha tenido una excelente recepción del público en Televisión e Internet.

## DESARROLLOS RECIENTES

“Vivir con 10” fue el puntapié inicial al área dramática de CHV, un área no explorada por el canal y con resultados positivos.

La entretención de la tarde estuvo a cargo de “Allá Tú”, un programa de concurso conducido por Julián Elfenbein, que tuvo como resultado un gran número de seguidores.

“Mujeres que Matan” y “Pecados Capitales”, a través de ficción y crudas historias de la vida real, fueron aciertos en el horario prime.

El área de deportes se consolidó con la exhibición del mejor Fútbol Europeo, Argentino y la Champions League, además de la transmisión y difusión de algunos torneos ATP y todas las fechas de la Fórmula 1.



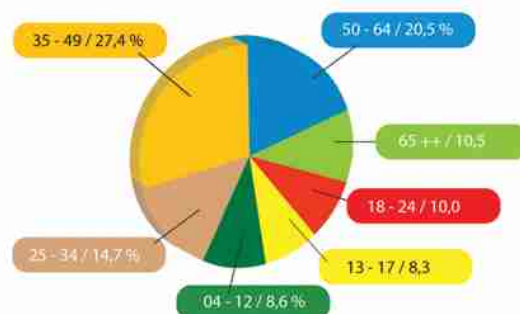
## PROMOCIÓN

La estrategia comunicacional de CHV con campañas en medios masivos, tiene el objetivo de posicionar la marca a través de su espíritu y sus valores. La más reciente se realizó bajo el concepto CHV “Por ti somos más”.

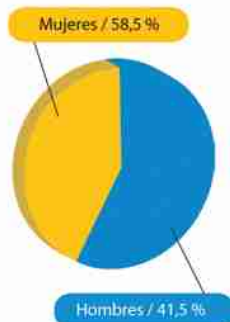
Este año CHV Noticias realizó una campaña con

## ESTADISTICA

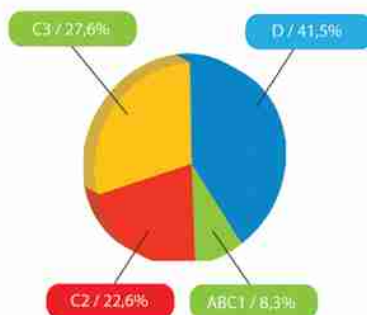
### DISTRIBUCION POR EDAD



### DISTRIBUCION POR GENERO



### DISTRIBUCION POR GRUPO SOCIOECONOMICO



Período: Octubre de 2007  
Fuente: Telereport / Total Programación

|                                 | Horas | %      |
|---------------------------------|-------|--------|
| Producción Propia Programas     | 2.508 | 36,4%  |
| Producción Propia Noticias      | 1.744 | 25,3%  |
| Producción Propia Externa       | 788   | 11,5%  |
| Subtotal P(x) Propia            | 5.040 | 73,2%  |
| Producción Extranjera (Filmico) | 1.842 | 26,8%  |
| Total                           | 6.882 | 100,0% |



una mirada hacia el telespectador, en la que se mostró a todo el equipo periodístico del canal bajo el concepto CHV Noticias “Te sirve”, pensando en la necesidad de información de cada persona.

El lanzamiento de nuevos programas se desarrolla a través de campañas tácticas y segmentadas, las cuales se complementan con una fuerte estrategia comunicacional de difusión y relaciones públicas.

## LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE CHILEVISION

- El programa con el rating más alto que se tenga registro en la historia de CHV fue la final de la Copa Sudamericana, “Colo Colo v/s Pachuca” el 13 de Diciembre del 2006 a las 22:00 hrs., registrando 37.2 puntos de rating promedio y con un peak 47.6 puntos de audiencia, aún cuando la transmisión se efectuó con un desfase de 45 minutos.
- “En la Mira”, con el capítulo “La Legua”, fue el programa de producción propia con el rating más alto en la historia de CHV, emitido el 18 de Junio de 2007 a las 22:00 hrs., registró 32.6 puntos de rating promedio y tuvo un peak de 40 puntos de audiencia.
- El año pasado fue el más exitoso en la historia de “El Termómetro” bajo la conducción de Matías Del Río. Adicionalmente se registró el rating más alto, 13.4, el 30 de Mayo del 2006. Ese día, el programa trató el tema de las protestas de los estudiantes secundarios, lo que más tarde se llamaría la “Revolución Pingüina”.
- En el 2007 CHV apuesta por el humor bajo el formato Stand-Up Comedy: “El Club de la Comedia”, que se transformó en el programa más visto los días jueves en el segundo bloque prime, superando a “Morandé con Compañía” y “Pelotón”. La edición del 8 de noviembre registró el rating más alto de su temporada, marcando 22.3 puntos y con un peak de audiencia de 28.9 puntos.

