

REPORTE DE COBERTURA MEDIÁTICA
ASOCIADA A HBO
OCTUBRE 2002

Objetivo

El objetivo de este estudio es dar a conocer la distribución informativa y cobertura mediática derivados de las informaciones asociadas a HBO en el entorno de canales de TV paga, además de comparar su proyección al lado de los principales canales.

Período de estudio

El estudio abarca un período de 31 días, del 01 al 31 de octubre de 2.002, en el que se procesaron **313** unidades de información, equivalentes a **11.648,50** cm/col. Esta investigación se realizó a partir de la revisión de los distintos medios impresos y la clasificación de la información de acuerdo a los contenidos institucionales, promociones, programación y opiniones emitidas sobre los distintos canales de TV paga, haciendo especial énfasis en las notas asociadas a HBO.

Metodología

Para proyectar la información de las unidades procesadas, se trabajó en función del centimetraje acumulado (centímetros por columna) en los medios impresos. El procesamiento de la información obtenida se realiza a través de programas especializados que proporcionan resultados confiables y manejables. Estos datos son presentados en gráficos que representan la distribución mediática alcanzada por los diferentes medios impresos, de acuerdo a los asuntos y temas del estudio. Este reporte es de carácter descriptivo, lo que permite ponderar la participación mediática de los impresos nacionales en la difusión informativa asociada al entorno, además de ofrecer las cifras correspondientes al **publicity** en el período de estudio.

A partir de los datos procesados se pudo conocer:

HBO EN EL SEGUNDO LUGAR DEL RANKING DOMINADO POR MTV

El canal MTV domina la agenda mediática de TV paga para el mes de octubre debido a la amplia cobertura con la que contaron los premios MTV Latinos, sin embargo HBO (11%) se posiciona en el segundo lugar del ranking tras haber estado en el tercero durante el mes de septiembre. Para el mes de octubre, en el tercer lugar del ranking de canales de TV paga se registra The Warner Channel (4%).

PREMIOS MTV LATINOS DOMINARON EL RANKING DE PROGRAMACIÓN DE LA TV PAGA

En el ranking de las principales series y programación general de los canales de TV paga, las películas de HBO se registran en el segundo lugar al acumular el 4% de los contenidos de la programación de TV paga publicada por los medios impresos. Sin embargo, las notas especiales del canal HBO se enfocaron a los eventos boxísticos que se dieron cita en el canal. En cuanto al contenido exclusivo de HBO, las películas se traducen en el 37% de las reseñas sobre el canal y los eventos especiales de HBO (19%) en el segundo lugar. La serie “Six Feet Under” apoya el crecimiento de HBO en octubre al acumular el 16% de los contenidos.

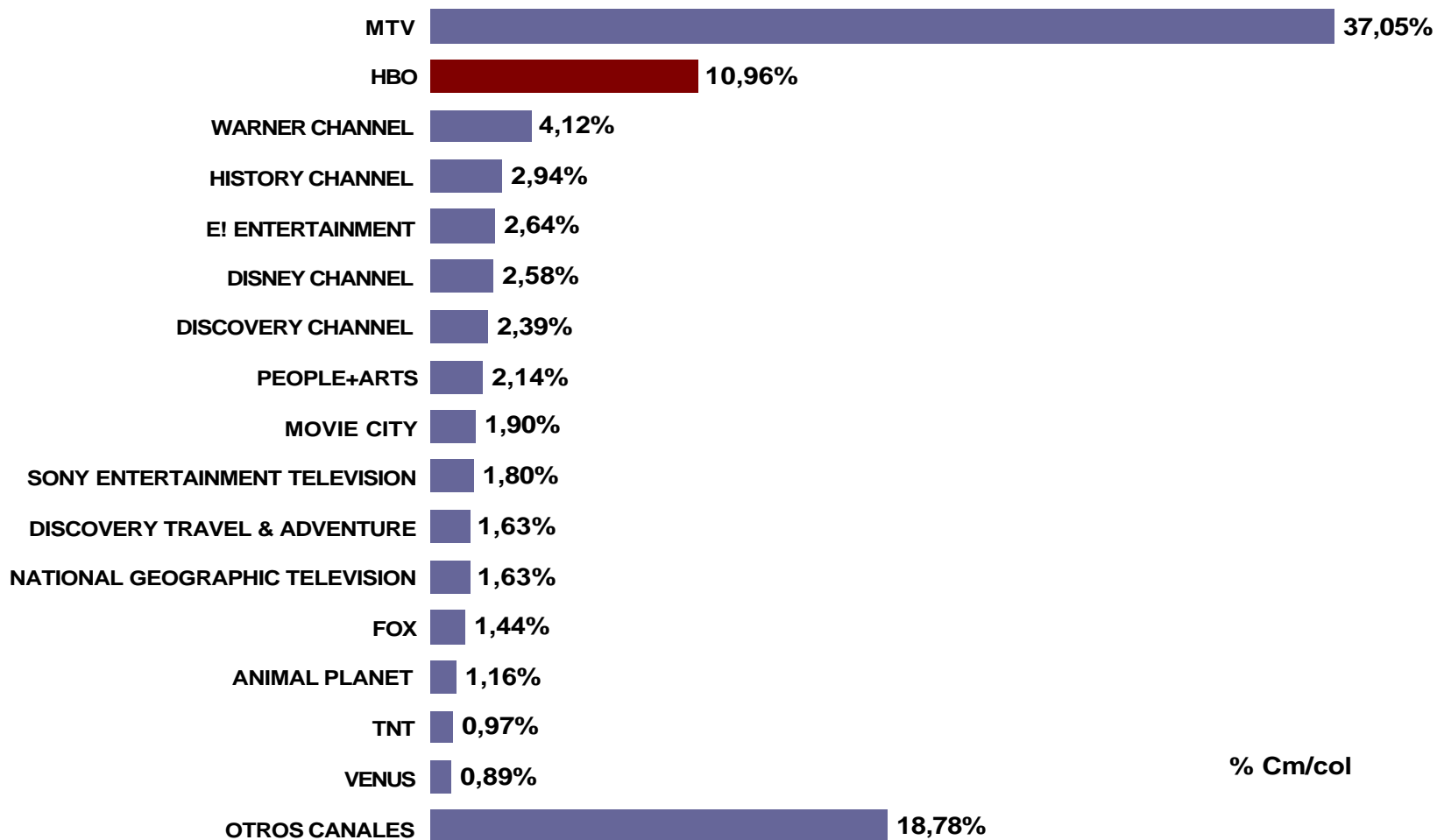
HBO REPORTA MÁS DE 145 MIL DÓLARES EN PUBLICIDAD NO PAGADA PARA EL PERIODO MARZO-OCTUBRE

HBO acumula en el mes de octubre casi 11 mil dólares reportando un descenso del 20% con respecto al mes de septiembre. La proyección estratégica de HBO se apoya en los medios de circulación regional destacando el diario “Panorama” que, durante este mes, se registra como el diario regional que mayor cobertura le dedicó a los contenidos de HBO. Mientras que en el ámbito de medios nacional “El Universal” destacó en cobertura.

HBO EN EL SEGUNDO LUGAR DEL RANKING
DOMINADO POR MTV

HBO LOGRÓ COLOCARSE EN EL SEGUNDO LUGAR DEL RANKING DE TV PAGA

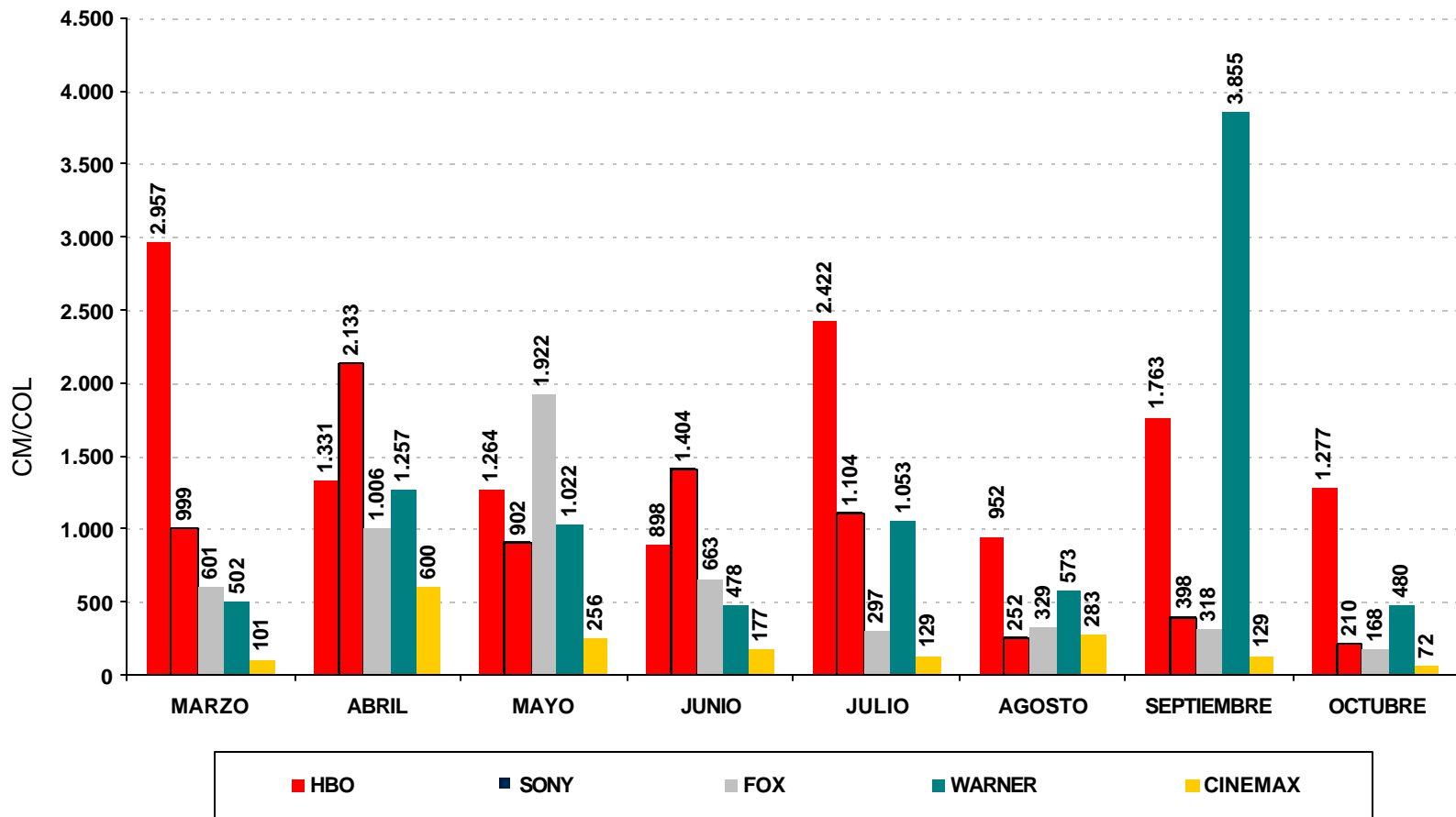
Distribución mediática asociada a los canales de TV paga. Octubre 2002



100% = 11.648,50 cm/col

HBO DE PRIMERA EN EL RANKING DE LOS PRINCIPALES CANALES DE LA COMPETENCIA A PESAR DE DISMINUIR NUEVAMENTE SU PROYECCIÓN MEDIÁTICA

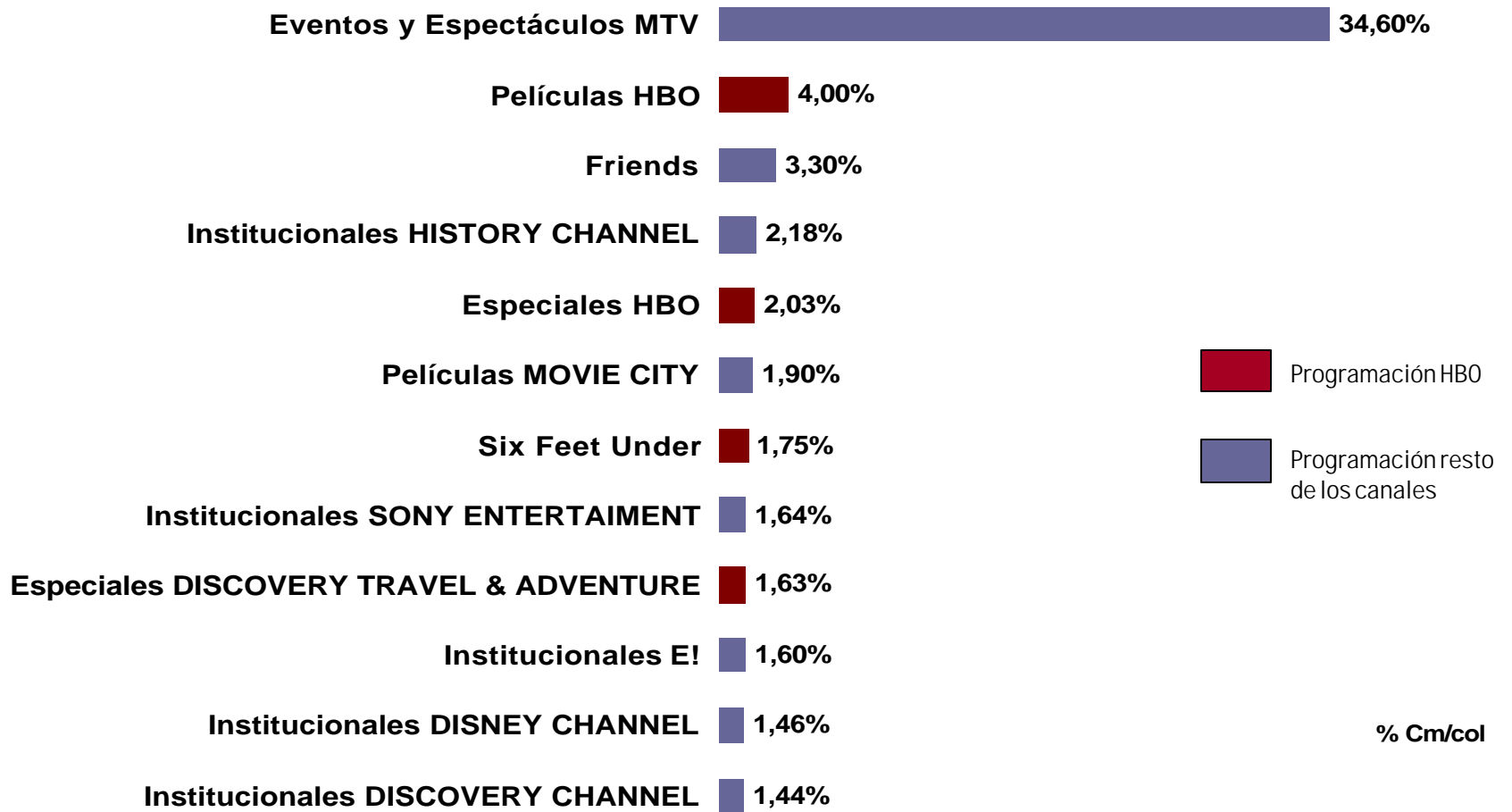
Distribución mediática mensual asociada a los principales canales de TV paga
Junio-Octubre 2002



PREMIOS MTV LATINOS DOMINARON EL
RANKING DE PROGRAMACIÓN DE LA TV
PAGA

ENTREGA DE LOS PREMIOS MTV LATINO CATAPULTA AL CANAL DE MÚSICA

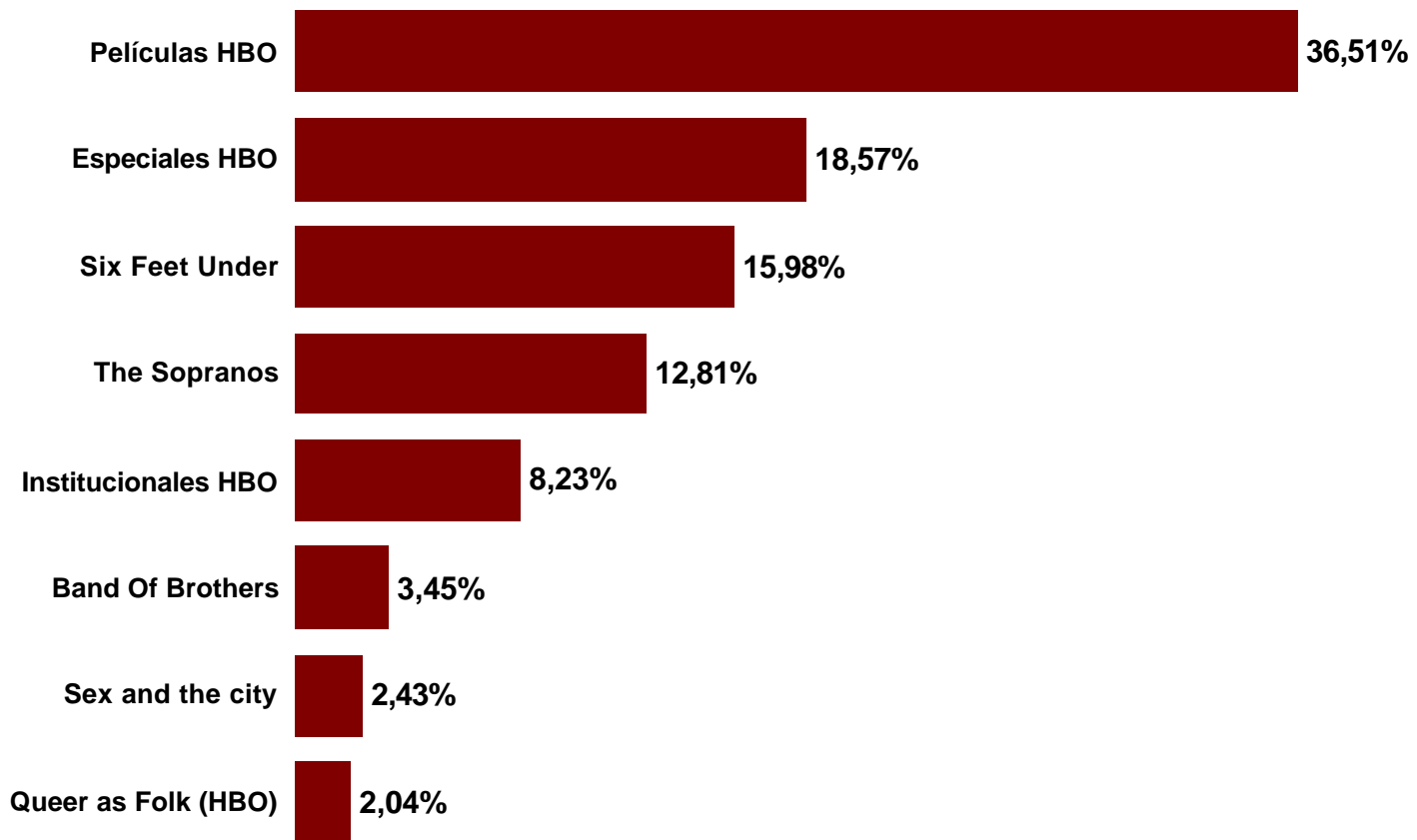
Principales series e informaciones asociadas a los canales de TV paga. Octubre 2002



100% = 11.648,50 cm/col

PELÍCULAS HBO LIDERARON EL RANKING DE LA PROGRAMACIÓN DEL CANAL

Distribución temática de las informaciones asociadas a HBO. Octubre 2002



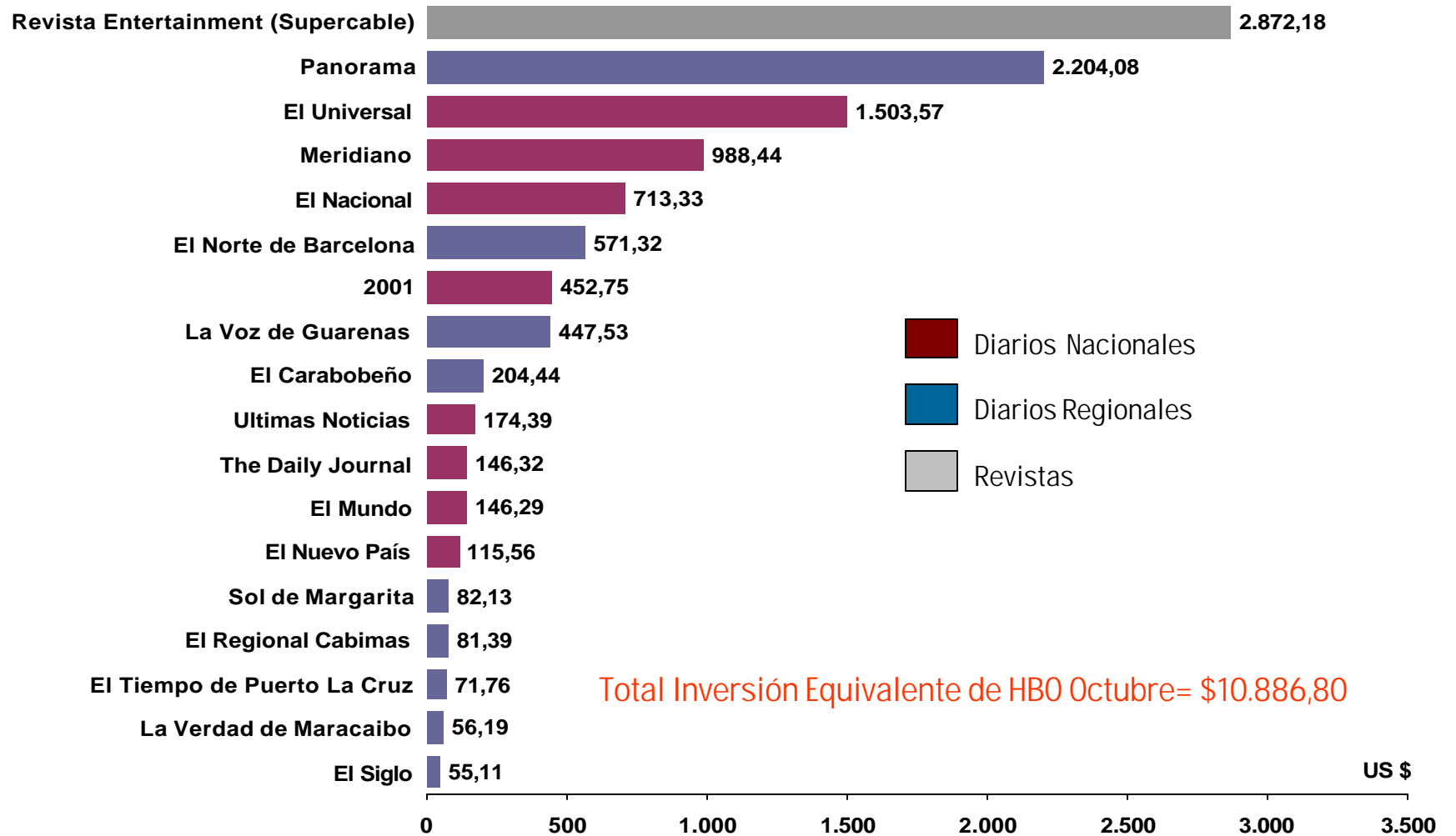
100% = 1.763 cm/col

% Cm/col

HBO REPORTA MÁS DE 145 MIL DÓLARES EN
PUBLICIDAD NO PAGADA PARA EL PERIODO
MARZO-OCTUBRE

CASI 11 MIL DÓLARES ACUMULA HBO EN OCTUBRE

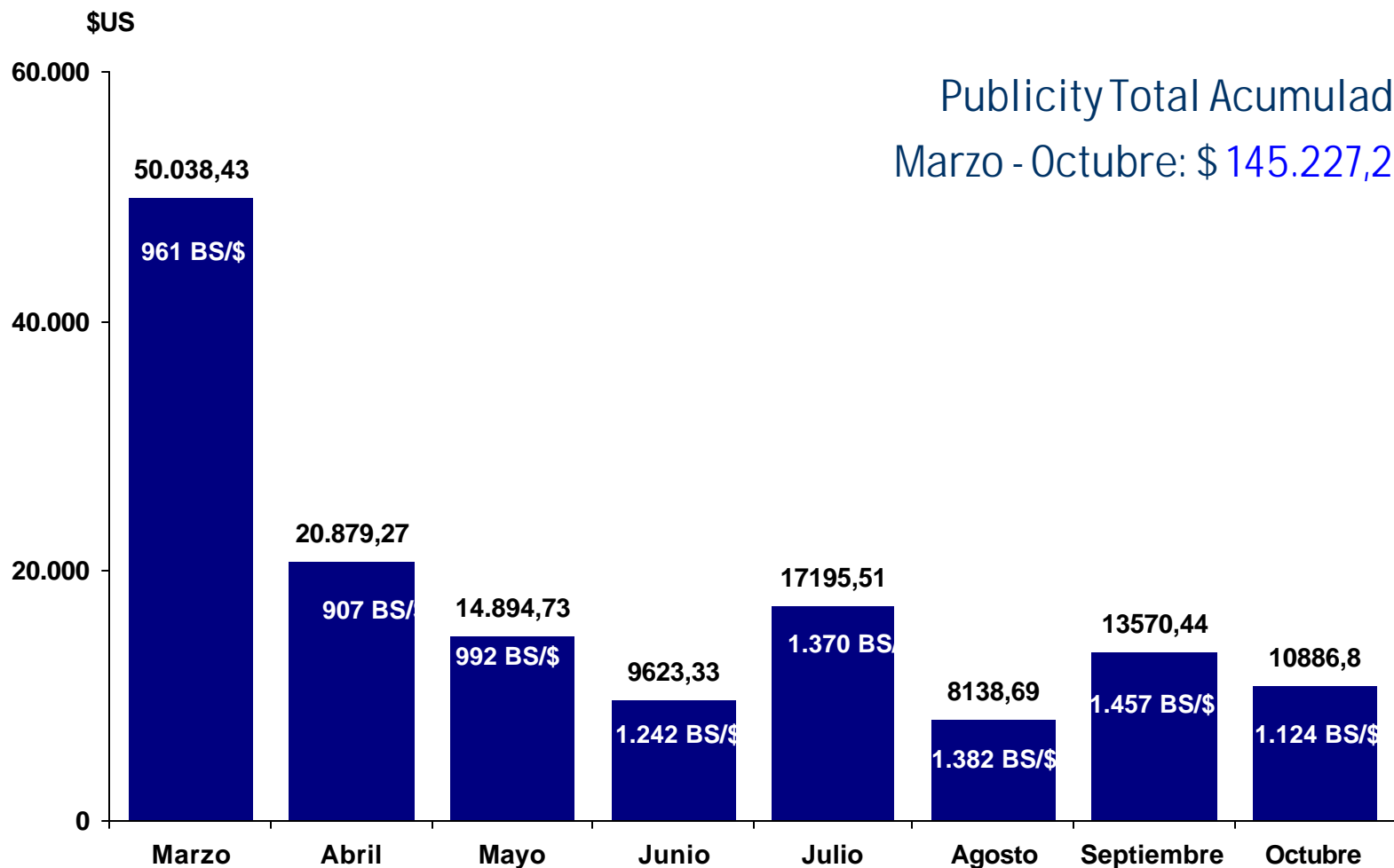
Publicity de HBO en cada medio impreso. Octubre 2002



Publicidad no pagada calculada a 1.125 Bs/\$ promedio de la divisa durante el mes de estudio según cifras del Banco Central de Venezuela y de acuerdo las tarifas vigentes de cada medio impreso.

PUBLICITY DE HBO DISMINUYE 20% EN EL MES DE OCTUBRE CON RESPECTO AL MES DE SEPTIEMBRE

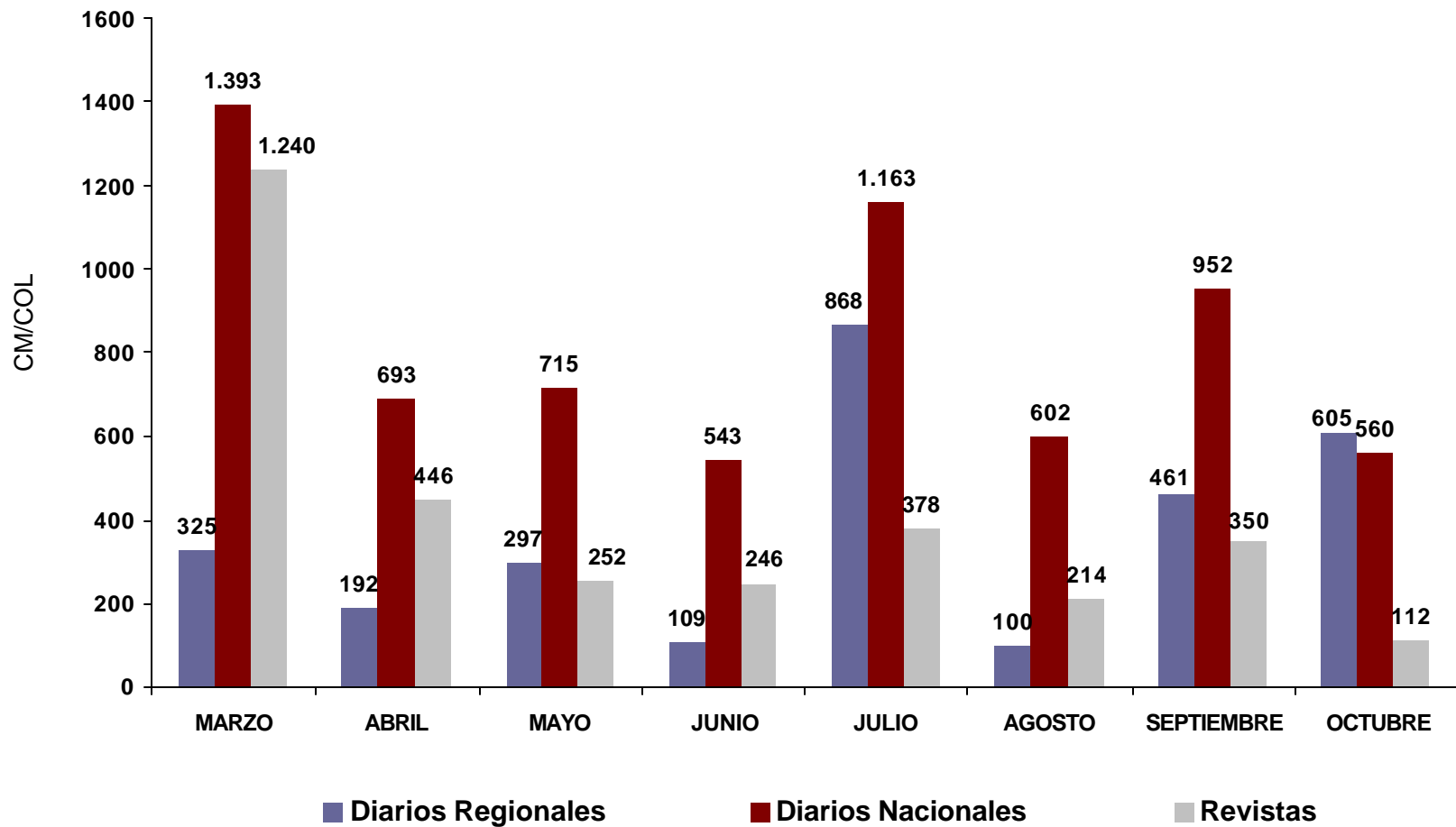
Publicity asociado a las informaciones de HBO. Marzo-Octubre 2002



COBERTURA MEDIÁTICA
OCTUBRE 2002

MEDIOS REGIONALES IMPULSARON PRESENCIA DE HBO

Distribución por tipo de medio de las informaciones asociadas a HBO Marzo - Octubre 2002



DISMINUYE COBERTURA DE HBO EN REVISTAS Y MEDIOS NACIONALES

Distribución de las informaciones asociadas a HBO
Julio-Octubre 2002



Agosto



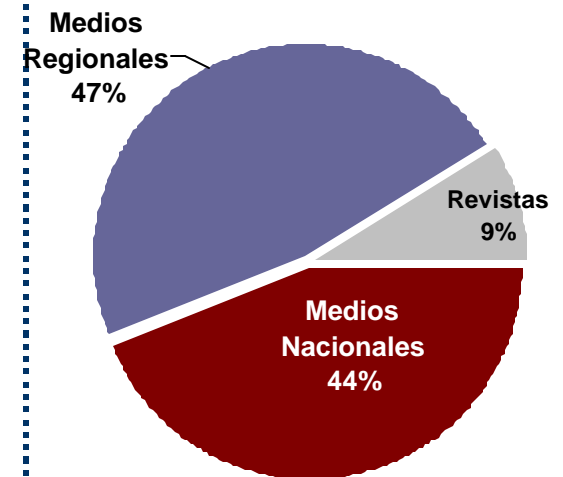
100% = 915,50 cm/col

Septiembre



100% = 1.763 cm/col

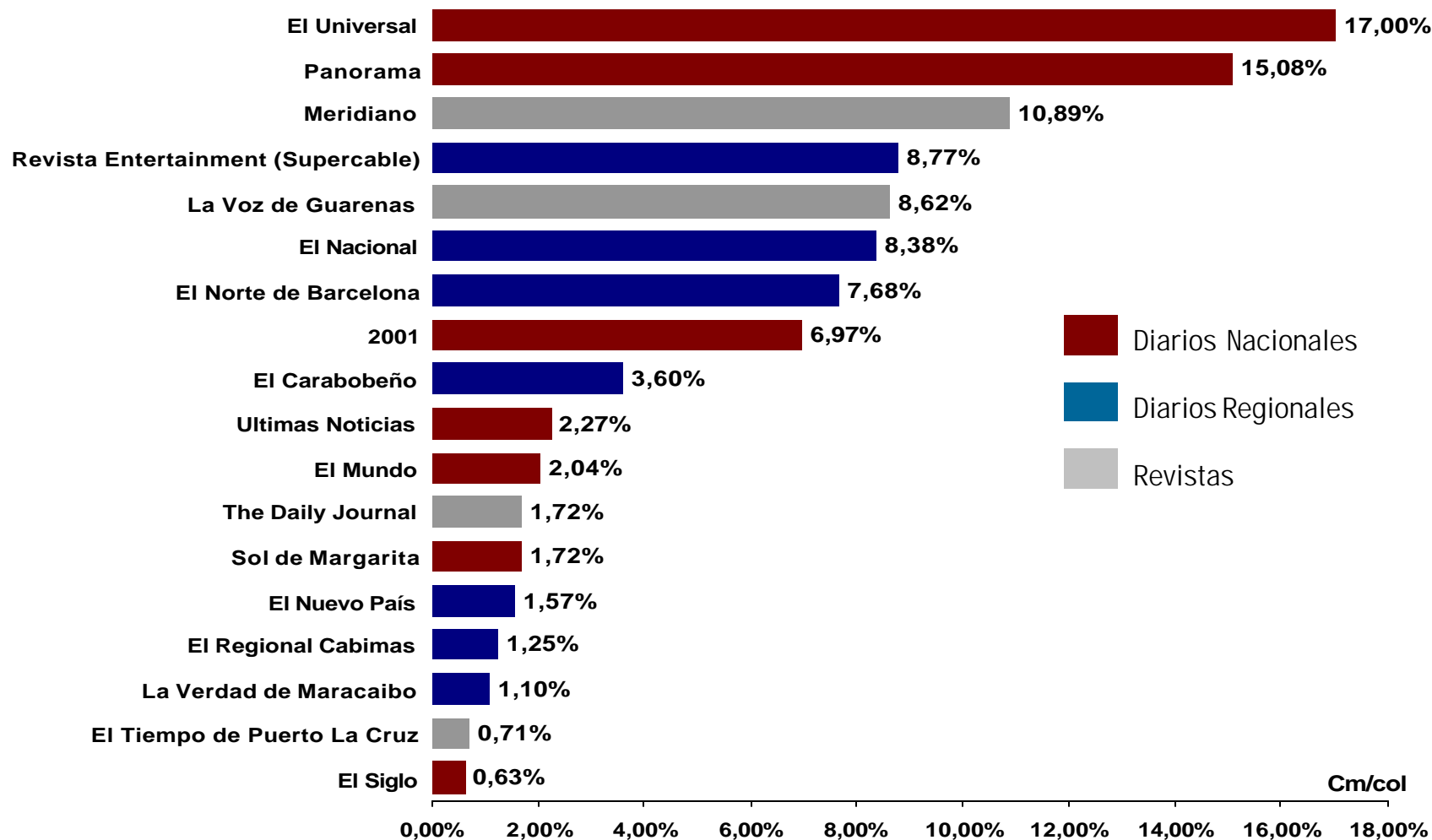
Octubre

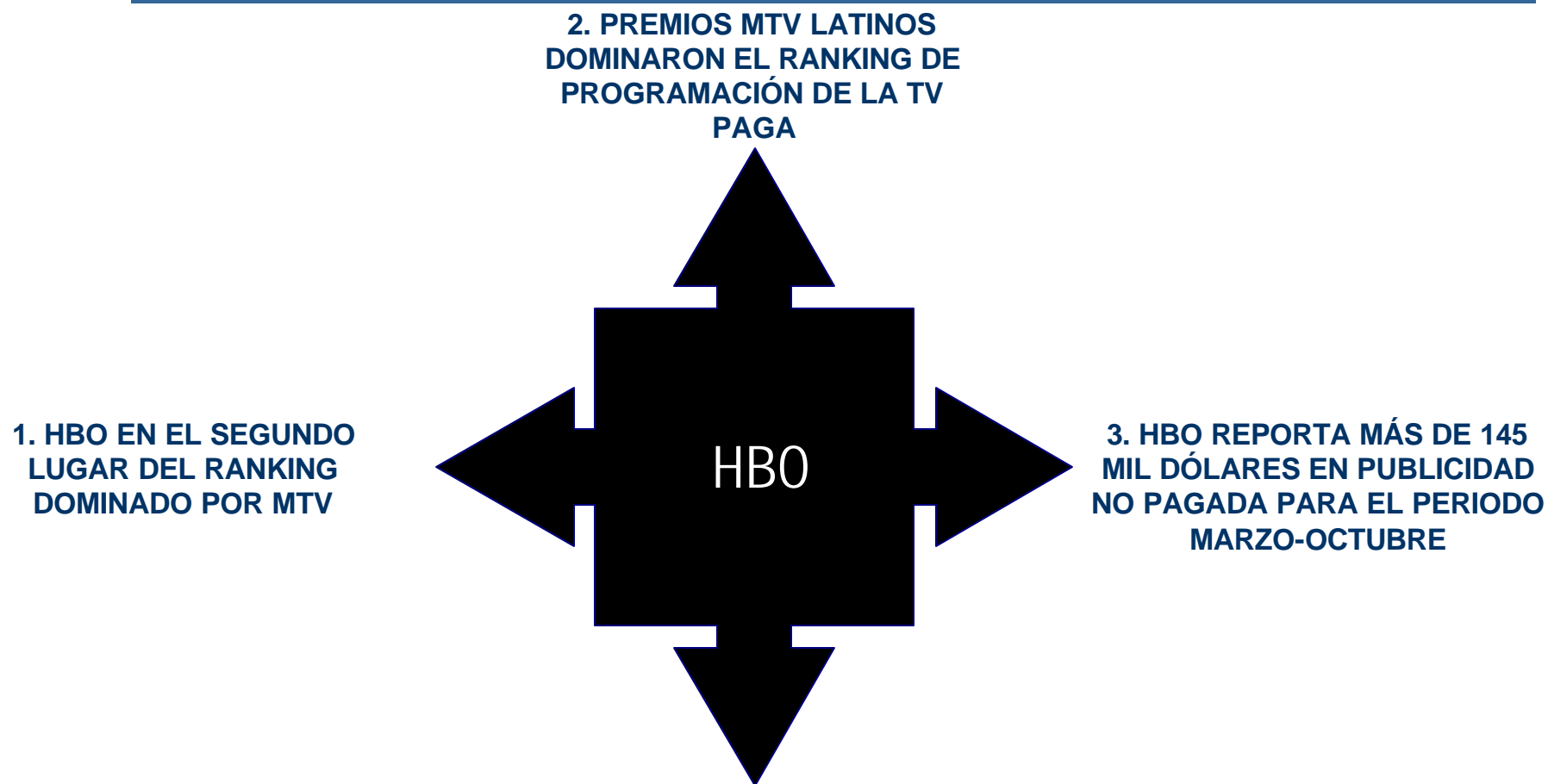


100% = 1.276,5 cm/col

HBO TUVO ESPECIAL COBERTURA POR PARTE DE "EL UNIVERSAL"

Medios impresos que difundieron información asociada a HBO. Octubre 2002





La cobertura de los premios MTV latinos opacaron la presencia mediática del resto de los canales de TV Paga. HBO disminuyó su alcance informativo en los medios de circulación nacional y en las revistas, aunque sus contenidos sobre las películas y estrenos de octubre destacaron en diario regionales.