



LIGA MX®

Especial LIGA MX: Clausura 2016

El "Clásico" en la Liguilla alcanzó niveles históricos de audiencia. En TV Abierta, los cuartos de final tuvieron en promedio 19% más audiencia por partido que los del torneo pasado.

Es por ello, que semana a semana daremos un seguimiento especial a la conclusión de este torneo.

3 partidos de la ronda de cuartos de final están en el Top 10 de partidos con más audiencia en la LIGA MX, 8 de ellos fueron disputados por el América o el Guadalajara.



Top 10 partidos con mayor audiencia			
Evento	Fecha	Canales	Millones de personas
América vs. Guadalajara	15 de mayo	Canal de las Estrellas, TDN, Univisión TDN	4.9
Guadalajara vs. América	12 de mayo	Canal 5, TDN	4.8
Guadalajara vs. América	13 de marzo	Canal de las Estrellas, TDN	4.1
Guadalajara vs. UNAM	3 de abril	Canal de las Estrellas, TDN	3.4
América vs. Cruz Azul	20 de febrero	Canal de las Estrellas, TDN	2.9
Monterrey vs. Tigres	14 de mayo	Canal de las Estrellas, TDN	2.9
UNAM vs. América	8 de mayo	Canal de las Estrellas, TDN, Univisión TDN	2.5
Cruz Azul vs. Monterrey	27 de febrero	Canal de las Estrellas, TDN	2.5
Cruz Azul vs. Guadalajara	16 de enero	Canal de las Estrellas, TDN	2.5
Atlas vs. América	16 de enero	Azteca 13	2.4

La audiencia en los partidos de cuartos de final fue mayor al doble de la que lograron estos equipos en la temporada regular.

Los equipos en cuartos de final tuvieron **127%** más televidentes que el promedio de sus partidos jugando como locales en temporada regular

Promedio de audiencia en temporada regular como local

(millones de personas)



Cuartos de Final como local

(millones de personas)



Top 10 eventos deportivos en TV Abierta con mayor audiencia de 2016

3 partidos de cuartos de final están en el Top 10 de programas deportivos de 2016 por canal.

Los 3 partidos del "Clásico" Guadalajara vs. América fueron los programas deportivos más vistos en lo que va del año.

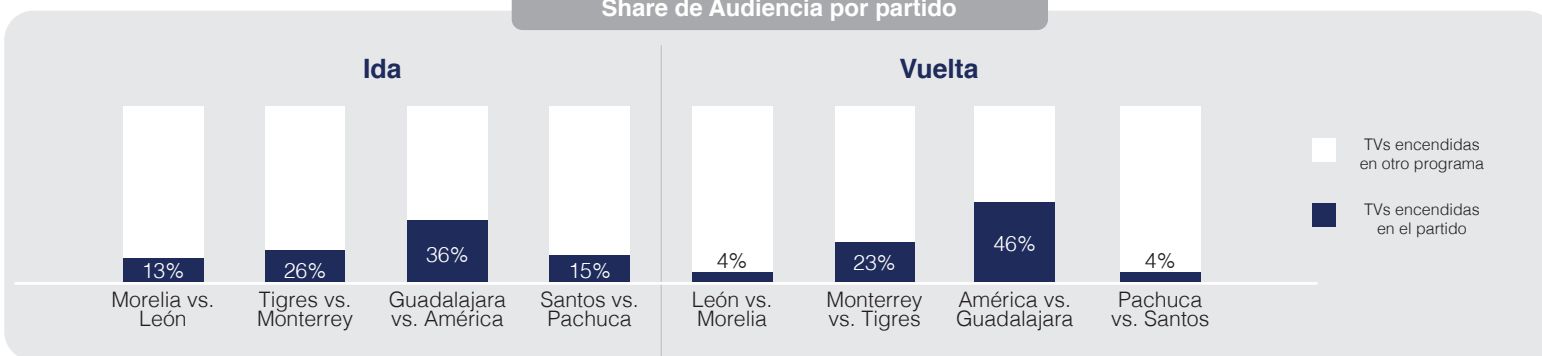
Evento	Fecha	Canal	Millones de personas*
Guadalajara vs. América	12 de Mayo	Canal 5	4.7
América vs. Guadalajara	15 de Mayo	Canal de las Estrellas	4.6
Guadalajara vs. América	13 de Marzo	Canal de las Estrellas	4.0
Box Diamante: Canelo vs. Khan	7 de Mayo	Azteca 7	3.3
Canadá vs. México	25 de Marzo	Canal 5	3.3
Super Bowl 50: Panthers vs. Broncos	7 de Febrero	Azteca 7	3.3
México vs. Canadá	29 de Marzo	Canal 5	3.3
Guadalajara vs. UNAM	3 de Abril	Canal de las Estrellas	3.2
Box Diamante: Pacquiao vs. Bradley III	9 de Abril	Azteca 7	3.0
Monterrey vs. Tigres	14 de Mayo	Canal de las Estrellas	2.7

*No se agrupan canales por evento, se reportan únicamente transmisiones por canal.

La tarde del domingo, 5 de cada 10 hogares con la TV encendida, sintonizaron el "Clásico" América vs. Guadalajara.

Algunos partidos de esta liguilla generaron **share de audiencia récord**, es decir, la proporción de la audiencia total que generó cada partido durante su transmisión.

Share de Audiencia por partido



Los "Clásicos" en la liguilla capturaron la atención de los televidentes y tuvieron el mayor número de minutos promedio vistos por partido.

En promedio cada persona vio durante **101 minutos** la transmisión del "Clásico" América vs. Chivas, **135%** más tiempo que el promedio de minutos vistos en los otros siete partidos de la liguilla.

Minutos vistos por partido



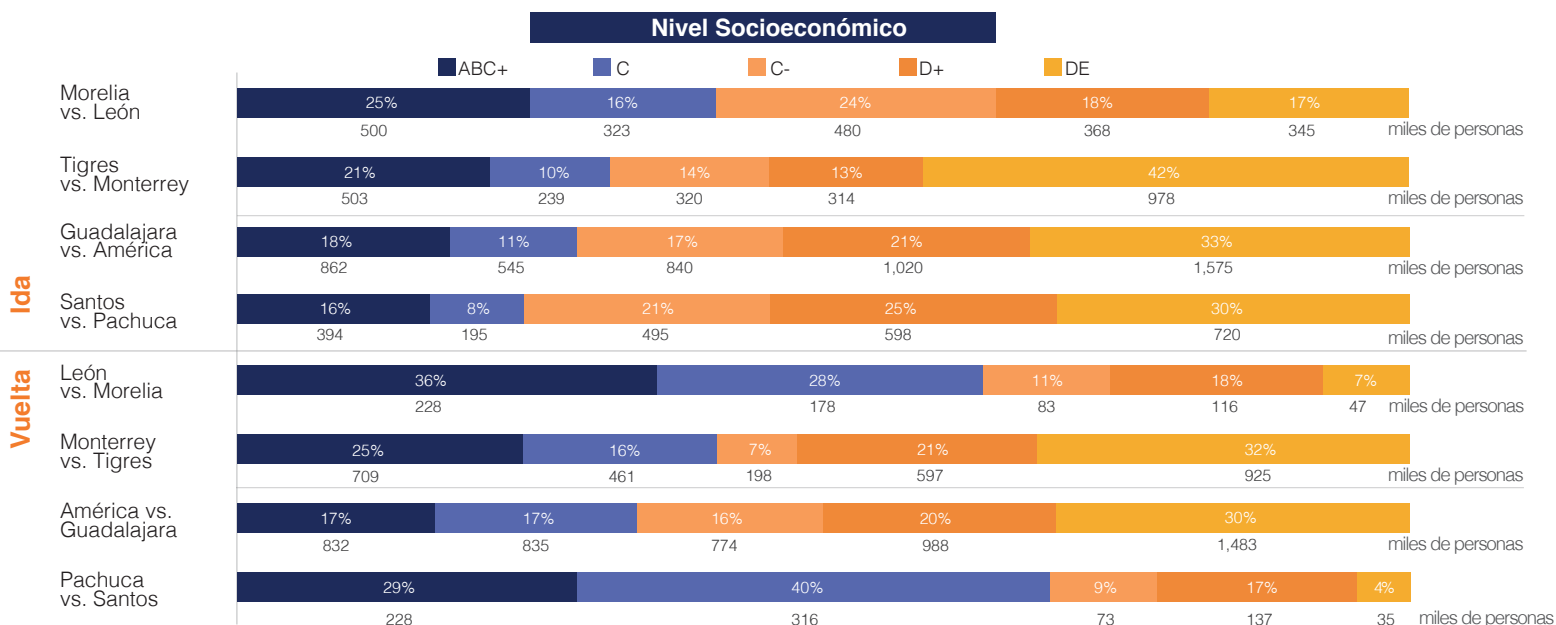
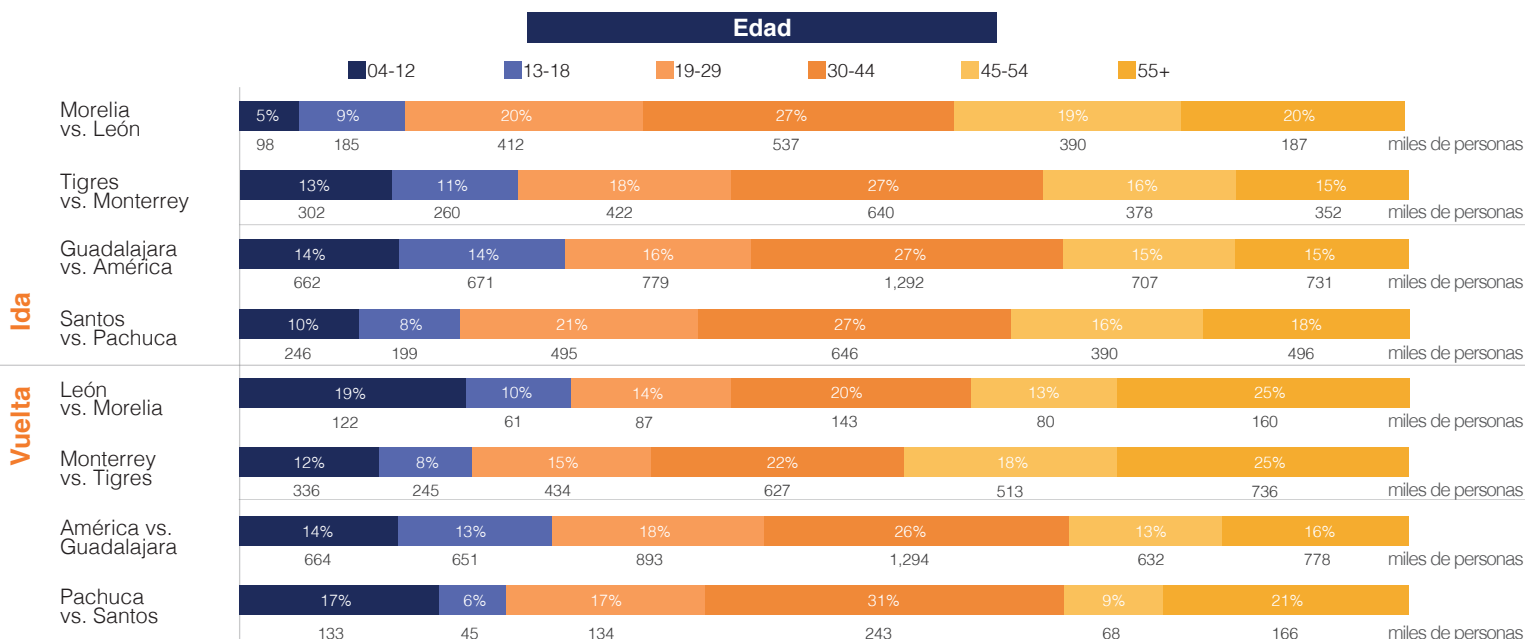
La mitad de las personas que vieron el partido Guadalajara vs. América, también vieron el partido de vuelta.

Sólo 7% de las personas que vieron el juego Morelia vs. León vieron el partido de vuelta.

Ida	Tigres vs. Monterrey	Morelia vs. León	Guadalajara vs. América	Santos vs. Pachuca
Televidentes Duplicados	31%	7%	45%	12%
Vuelta	Monterrey vs. Tigres	León vs. Morelia	América vs. Guadalajara	Pachuca vs. Santos

Los televidentes de los cuartos de final fueron en su mayoría hombres de 30 a 44 años. Los NSE alto y medio alto registraron una tercera parte de la audiencia.

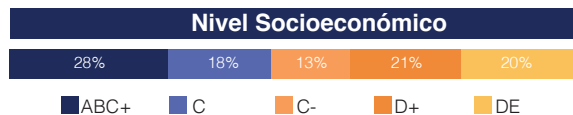
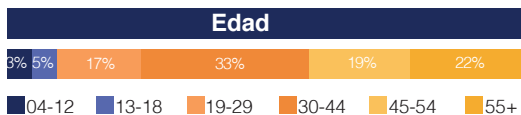
El perfil promedio de la audiencia de estos partidos se conformó por los grupos siguientes: 55% hombres, 26% de 30 a 44 años y 35% de NSE ABC+C.



1.5 millones de personas fueron heavy viewers de los cuartos de final, viendo al menos 3 de los 8 partidos transmitidos.

El perfil de audiencia de estos heavy viewers es diferente a quienes vieron menos partidos: 59% hombres, 74% es mayor de 30 años y 46% de NSE ABC+C.

59% 41%



Para mayor información de audiencias de los principales programas de la semana, visita:

hrratings.media

Trust to empower decisions®

Nos interesa conocer su opinión, escríbanos a:

contacto@hrratings.media

Todas las marcas mencionadas o que aquí aparecen, así como sus respectivos logotipos, son marcas registradas y pertenecen a sus respectivos dueños y/o titulares. Con base en la estricta metodología, procesos y políticas vigentes de HR Ratings Media, S.A. de C.V., sólo se utilizan en el presente reporte con fines ilustrativos, informativos y demostrativos, y su uso no implica ningún tipo de lucro ni relación entre HR Ratings Media, S.A. de C.V. y las empresas o compañías titulares de las mismas.

La medición de audiencias es automática, mediante un panel de hogares, donde instalamos un people meter en cada una de las televisiones.

Nuestro panel representa a las personas de 4 años y más que viven en la Zona Metropolitana del Valle de México, en total a 19,990,576 personas.

Todos los días reportamos qué canales ha visto la gente, cuánto tiempo, la proporción y características demográficas de la audiencia por programas y barras horarias