



Cobertura Especial Juan Gabriel

Domingo 28 de agosto, a partir de las 16:00 hrs.
Azteca 13+Azteca 13 -1 hr.+Azteca 13 -2 hrs.+Las Estrellas+Las Estrellas -1 hr.+
Las Estrellas -2 hrs.+Foro TV+Excelsior

7.7 millones de personas
vieron al menos uno de los
programas especiales por
el fallecimiento de Juan Gabriel
el domingo 28

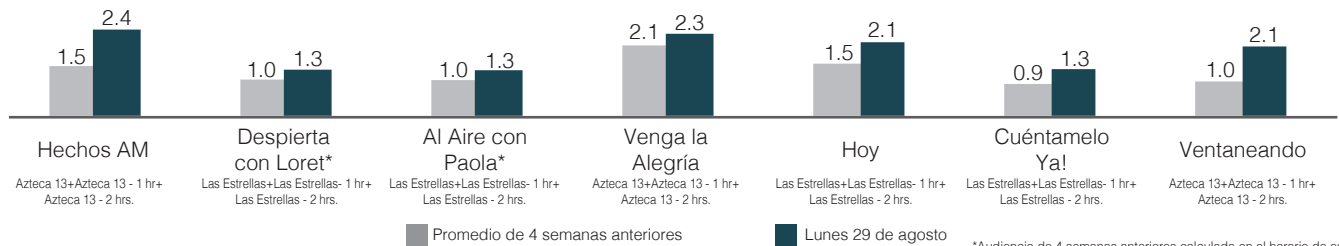
38%
de los hogares en la Zona
Metropolitana del Valle de México
vieron uno o más de
los programas especiales

Se transmitieron **44 horas**
de programas especiales,
en promedio cada persona
vio 44 minutos

Las personas de 55 o más años
vieron 6 minutos más
en promedio.

La cobertura especial incrementó la audiencia en programas de revista y noticieros

Programación del lunes 29 de agosto vs. audiencia de 4 semanas anteriores
Millones de personas



Último Capítulo de



Domingo 28 de agosto,
Azteca 13+Azteca 13 -1 hr.+Azteca 13 -2 hrs.

3.7 millones
de personas en la
ZMVM vieron el final
de la serie

367 mil
personas vieron el final
de la serie por Azteca 13
y lo sintonizaron nuevamente
en Azteca 13 -1 hr.
o Azteca 13 -2 hrs.

60%
de las personas
fueron mujeres

32%
de las personas
fueron de NSE ABC+C

43%
de las personas
fueron adultos de
45 años o más

Clásico de Clásicos: América vs. Chivas

Sábado 27 de agosto,
Canal de las Estrellas+Canal de las Estrellas - 1 hr.+Canal de las Estrellas - 2 hrs.

3.3 millones
de personas
vieron el Clásico

54%
de las personas
fueron hombres

40%
de las personas
fueron adultos de
45 años o más

36%
de las personas
fueron de NSE bajo



Último Capítulo de Por Siempre Joan Sebastian

Domingo 21 de agosto,
Las Estrellas+Las Estrellas - 1 hr.+Las Estrellas - 2 hrs.

2.3 millones
de personas
vieron el último capítulo

56%
de las personas
fueron mujeres

45%
de las personas
fueron adultos de
45 años o más

44%
de las personas
fueron de NSE bajo

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

hrratings.media

Trust to empower decisions®

Nos interesa conocer su opinión, escribanos 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