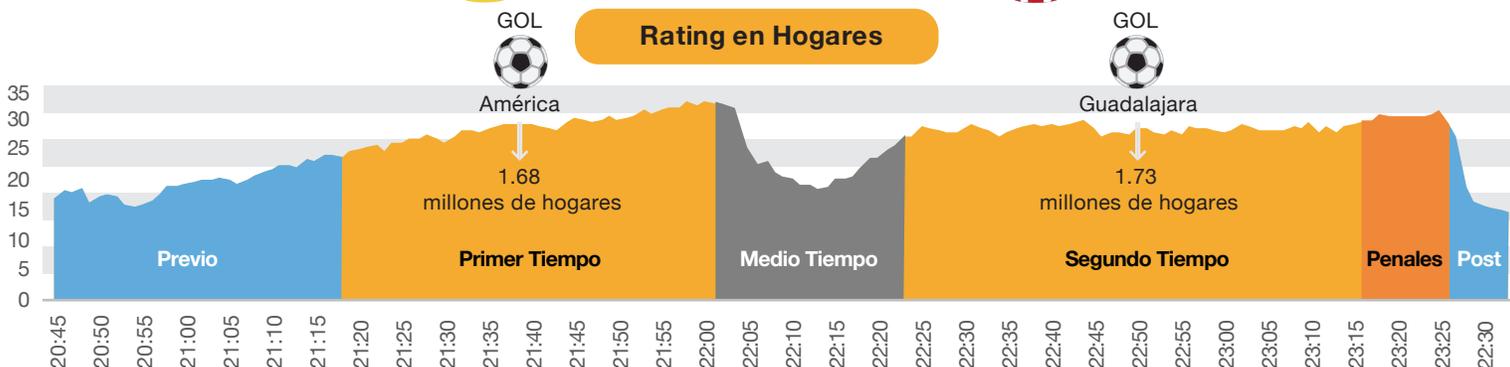


Especial Futbol

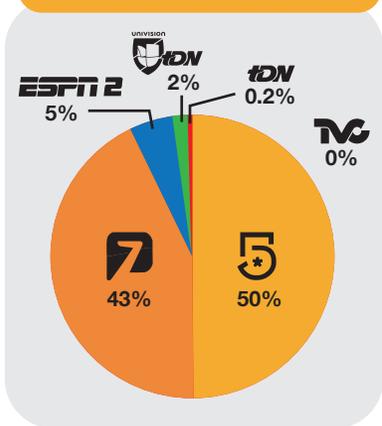
En este especial reportamos el comportamiento de la audiencia de la Zona Metropolitana del Valle de México durante dos eventos relevantes para la televisión y el futbol mexicano. La semifinal de la Copa MX, con el Clásico América vs. Guadalajara fue transmitida simultáneamente por seis canales diferentes.

Clásico América vs. Chivas Miércoles 26 de octubre



5.3 millones de personas en la ZMVM vieron el partido que fue transmitido simultáneamente por Canal 5, Azteca 7, ESPN 2, TDN, Univisión TDN y TVC Deportes

Share de Audiencia



53% de la audiencia que sintonizó el partido fueron **mujeres**.

22% de la audiencia fueron adultos de **30 a 44 años**

31% de la audiencia fueron de NSE **ABC+C**

En promedio cada persona vio **61 minutos** el partido.

2.7 millones de personas vieron el **gol del América** en el 1er tiempo

2.8 millones de personas vieron el **gol del Guadalajara** en el 2do tiempo

La ronda de **penales** fue vista en **1.9 millones** de hogares

Imagen TV transmitió su primer partido de futbol



Querétaro vs. América

22 de octubre
19:00 a 21:00 hrs.

1.1 millones de personas sintonizaron el partido

56% de la audiencia fueron **hombres**

36% de la audiencia fueron personas de NSE **ABC+C**

24% de la audiencia fueron **adultos** de 30 a 44 años

De las personas que vieron el partido, **642 mil personas** vieron el programa previo

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