

ESPECIAL JUEGOS OLÍMPICOS



14.5 millones de personas en la Zona Metropolitana del Valle de México sintonizaron al menos una competencia, durante los 19 días de transmisión de los Juegos Olímpicos



En promedio, cada persona vio las competencias por **3 canales distintos**



6.5 millones de personas dieron seguimiento al desempeño de los atletas mexicanos



2.6 millones de personas vieron la **Ceremonia de Inauguración**



2.4 millones de personas vieron la **Ceremonia de Clausura**

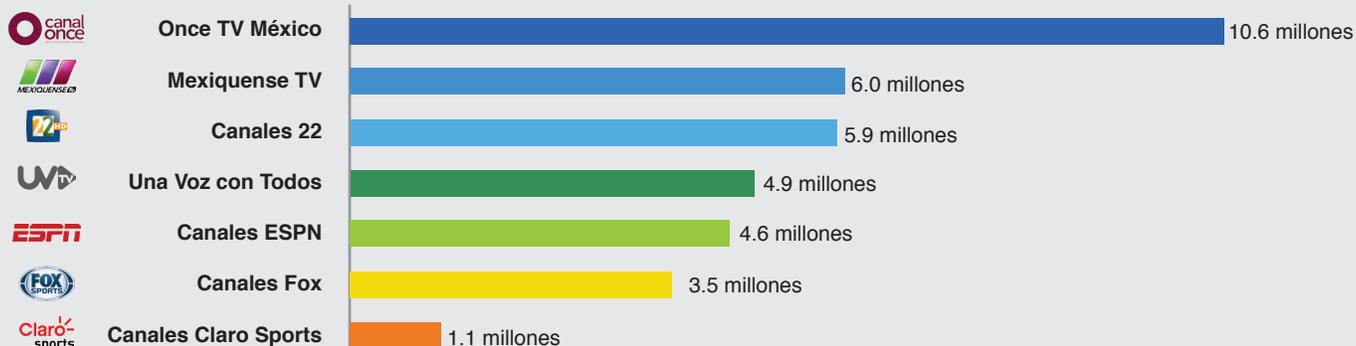


700 mil personas vieron ambas **ceremonias**



AUDIENCIA POR CADENAS

¿Cuántos millones de personas vieron las competencias Olímpicas por cada cadena que las transmitieron?



*Durante los 19 días de transmisión



54% de las personas que sintonizaron las competencias fueron **mujeres**

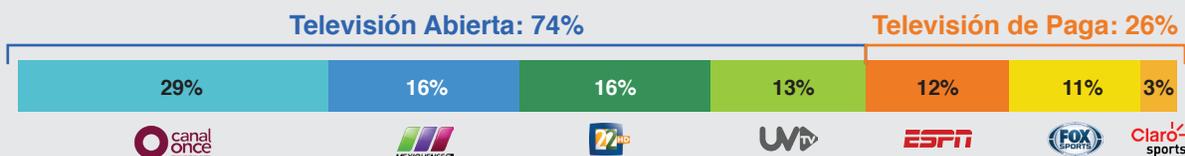


24% de las personas que vieron las competencias fueron adultos de **30 a 44 años**



38% de las personas que vieron las competencias fueron de **NSE Alto y Medio Alto**

¿Cómo se distribuyó la audiencia de los Juegos Olímpicos por cadena?



¿Cuántas personas sintonizaron los eventos de mayor audiencia por canal?



933 mil

20ª medalla de oro de M. Phelps en **200 m. mariposa** (9 de agosto)



506 mil

Ceremonia de **Inauguración** (5 de agosto)



352 mil

Ceremonia de **Clausura** (21 de agosto)



525 mil

Ceremonia de **Inauguración** (5 de agosto)



687 mil

Voleibol de Playa **femenino** (9 de agosto)



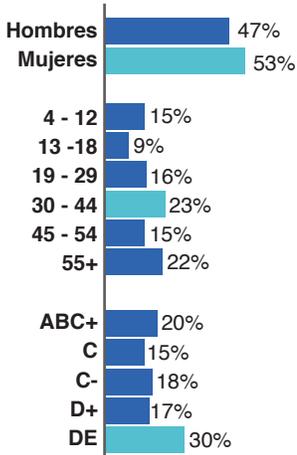
294 mil

Penales del partido **Brasil vs. Alemania** (20 de agosto)

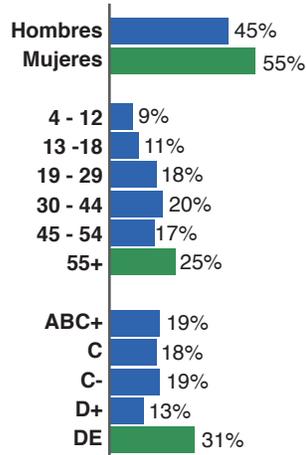
¿Cuál fue el perfil de los televidentes por cadena?

Televisión Abierta

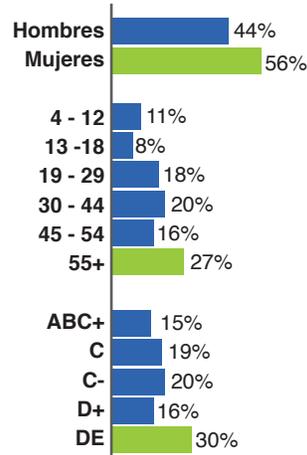
Once TV México



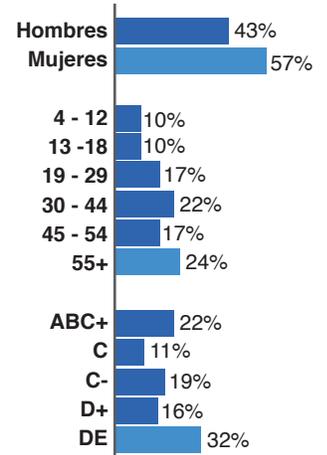
Canales 22



Una Voz con Todos

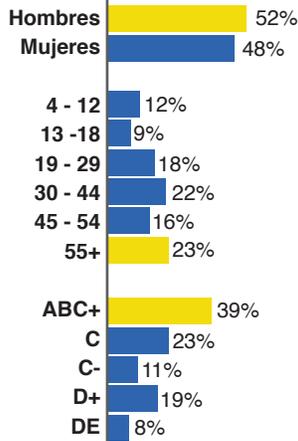


Mexiquense TV

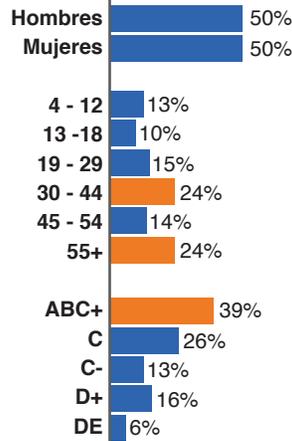


Televisión de Paga

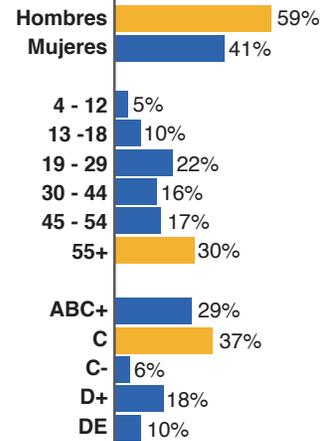
Canales Fox Sports



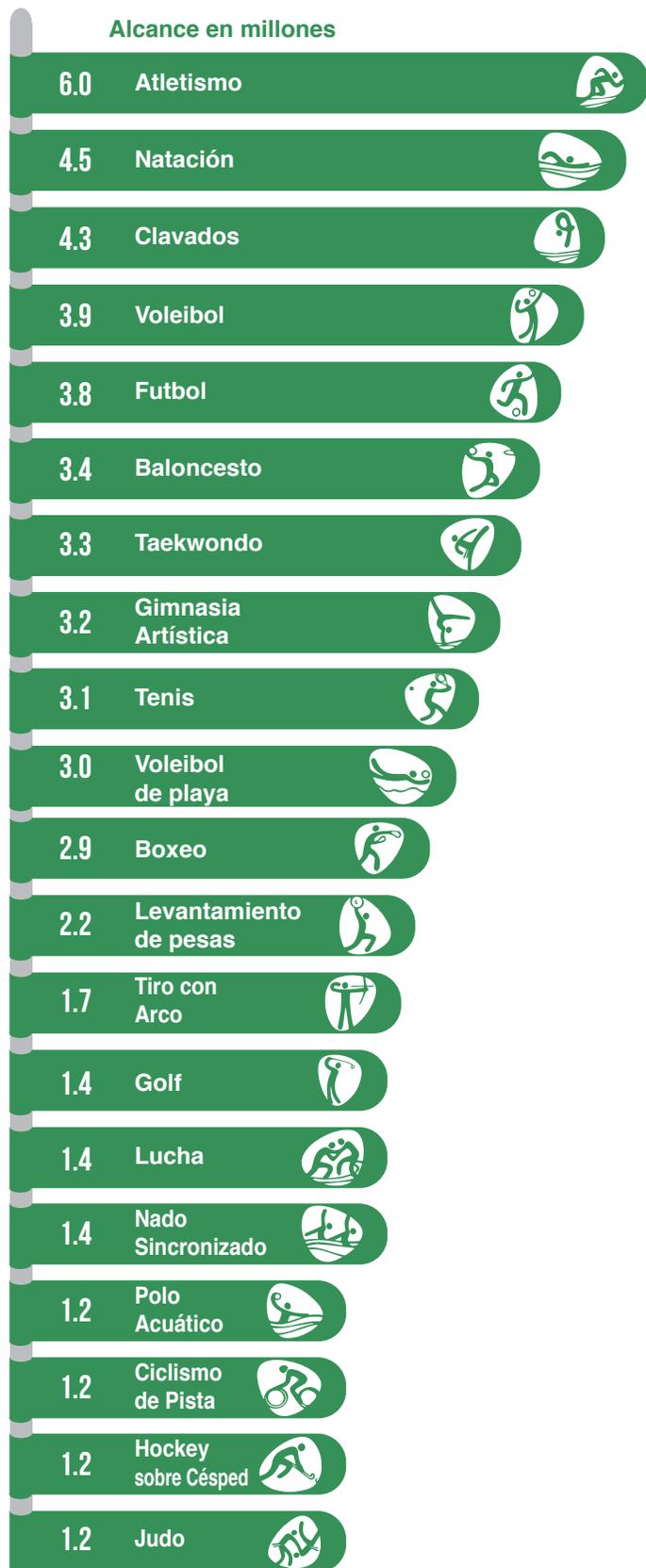
Canales ESPN



Canales Claro



DISCIPLINAS CON MÁS AUDIENCIA



Horas	Género	Edad*	NSE*
193	52% / 48%	19% 45 a 54 años	28% DE
165	48% / 52%	21% 30 a 44 años	28% ABC+
186	52% / 48%	16% 45 a 54 años	23% C
81	53% / 47%	24% 30 a 44 años	23% C
142	50% / 50%	21% 45 a 54 años	24% ABC+
120	46% / 54%	30% 55 o más años	26% C
57	54% / 46%	20% 45 a 54 años	23% ABC+
62	47% / 53%	20% 30 a 44 años	27% ABC+
39	43% / 57%	21% 45 a 55 años	26% DE
11	43% / 57%	24% 45 a 54 años	27% ABC+
7	51% / 49%	19% 30 a 44 años	24% DE
7	50% / 50%	32% 55 o más años	32% ABC+
31	49% / 51%	36% 55 o más años	31% ABC+
6	49% / 51%	36% 44 a 54 años	26% DE
28	50% / 50%	21% 45 a 54 años	28% C-
49	47% / 53%	21% 30 a 44 años	27% DE
7	48% / 52%	34% 55 o más años	34% DE
17	59% / 41%	32% 55 o más años	29% ABC+
14	45% / 55%	30% 55 o más años	23% C-
2	40% / 60%	19% 30 a 44 años	28% D+

*Grupo de Edad y NSE con mayor proporción

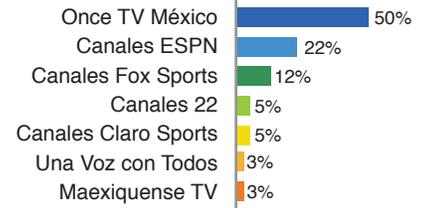
¡VIVA MÉXICO!

Medallistas

Boxeo
peso medio masculino (75kg.)

Misael Rodríguez
Medalla de Bronce

529 mil
personas vieron la última pelea de Misael Rodríguez en Río 2016



Marcha Atlética
20 km. femenino

María Guadalupe González
Medalla de Plata

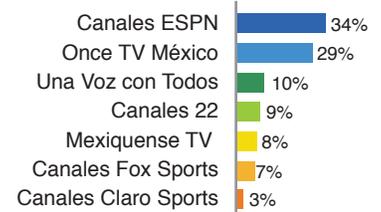
357 mil
personas vieron a María Guadalupe González conseguir la primera medalla en esta disciplina



Clavados
plataforma 10 m. masculino

Germán Sánchez
Medalla de Plata

1.2 millones
de personas vieron a Germán Sánchez vencer al estadounidense David Boudia



Pentatlón Moderno
masculino

Ismael Henández
Medalla de Bronce

789 mil
se enteraron de la victoria de Ismael Hernández durante el partido Brasil vs. Alemania



Taekwondo
femenino 67+ kg.

María del Rosario Espinoza
Medalla de Plata

1.1 millón
de personas vieron a María del Rosario Espinoza ganar su tercera medalla Olímpica.



¿Cuántas personas vieron los partidos de futbol?

887 mil
México vs. Alemania
(4 de agosto)

1.7 millones
Fiji vs. México
(7 de agosto)

1.3 millones
Corea del Sur vs. México
(10 de agosto)

HEAVY VIEWERS DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS

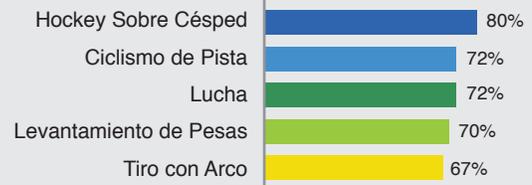
Consideramos *heavy viewers* a 3.2 millones de personas que sintonizaron las competencias olímpicas al menos en 10 ocasiones



De los televidentes de cada cadena, ¿Qué porcentaje fueron *heavy viewers*?

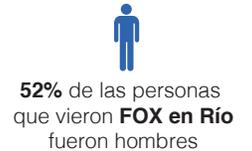


¿En qué disciplinas olímpicas hubo mayor porcentaje de *heavy viewers*?



PROGRAMACIÓN NOCTURNA DE RÍO 2016

¿Cuántas personas vieron los programas nocturnos?

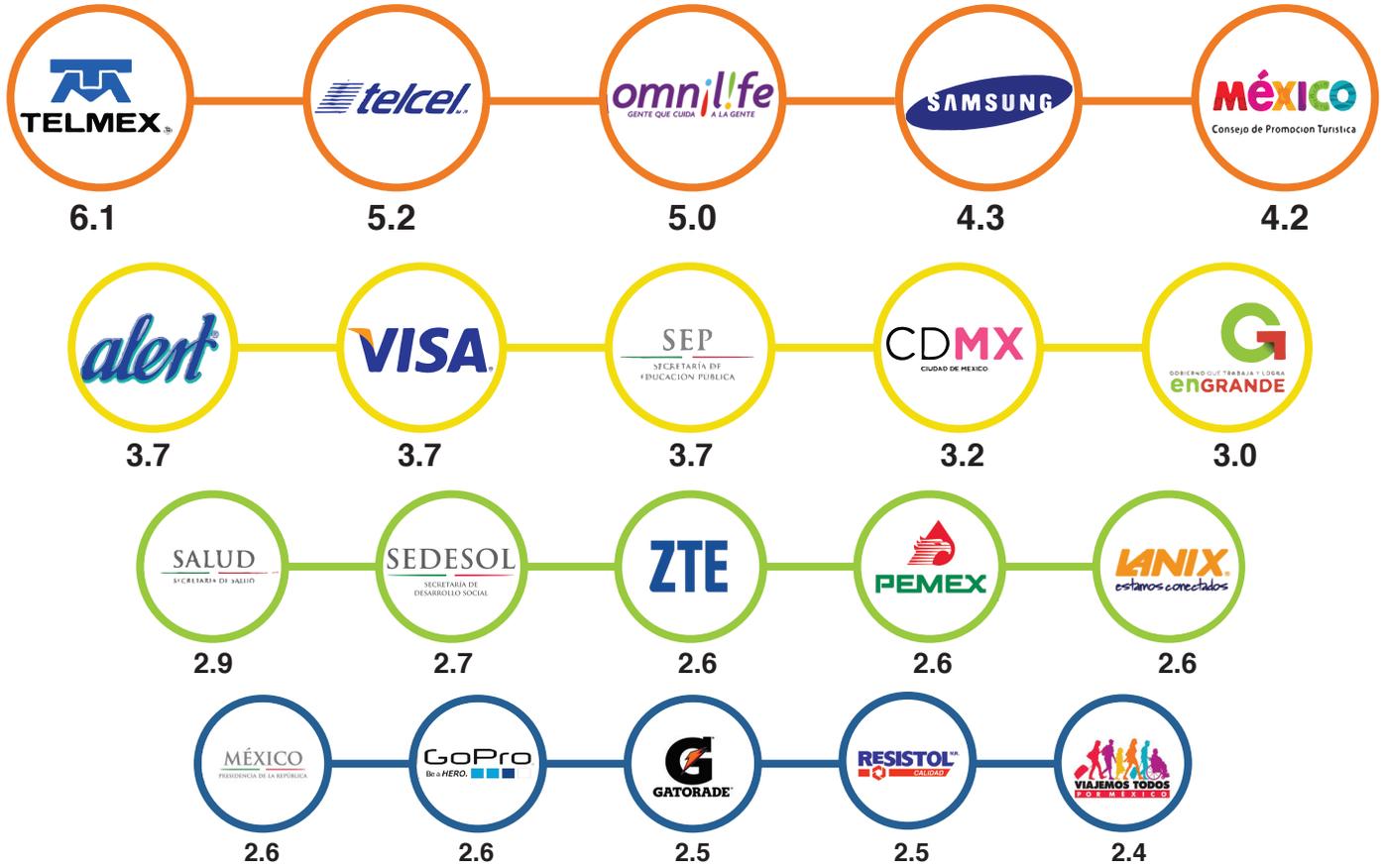


LA PUBLICIDAD EN LA TRANSMISIÓN DE RÍO

Monitoreamos la publicidad en los 7 principales canales que transmitieron las Olimpiadas (Canal 22, Una Voz con Todos, Claro Sports, ESPN 2, Fox Sports, Once TV México y TV Mexiquense)

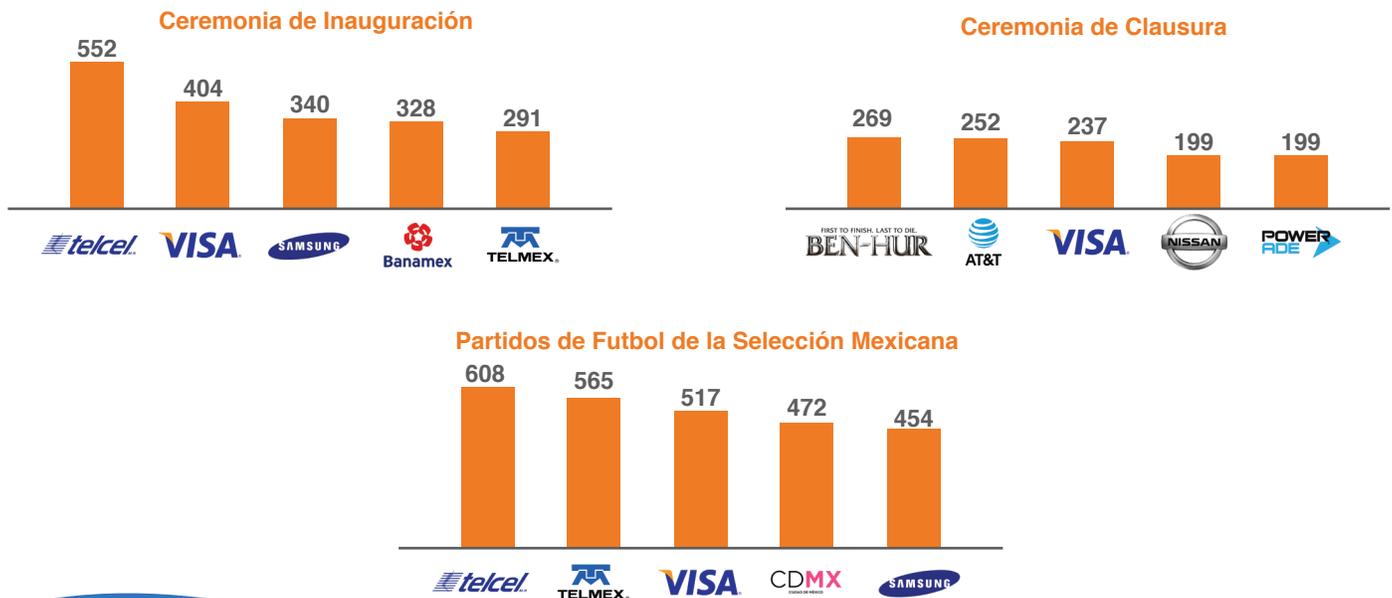
Top 20 marcas con más audiencia

Millones de personas que vieron al menos un anuncio de cada marca durante los 19 días de transmisión



Marcas más vistas por evento

Miles de Personas que vieron al menos un anuncio de cada marca



250 marcas se anunciaron durante la transmisión de los Juegos Olímpicos y durante los programas especiales

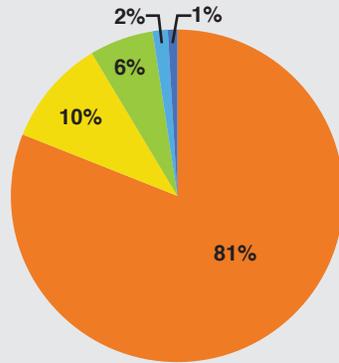
22 anunciantes tuvieron el 50% de los spots transmitidos

Top 10 marcas con más anuncios

Marca	Total	Once TV México	Canal 22	Una Voz con Todos	Mexiquense TV	Claro Sports	ESPN 2	Fox Sports
Telcel	1,115	7	397		38	415	100	158
Omnilife	884		301		261	322		
Telmex	820	99	255		265	181	20	
Gob. de la CDMX	579		286			293		
Visa	565		110			59	111	285
SEP	553	12	301	28	22	190		
Lanix	538		274			264		
Samsung	537	6	67		45	60	60	299
Consejo de Promoción Turística	494	9	228		40	209		8
Sistema Público de Radiodifusión	461			461				

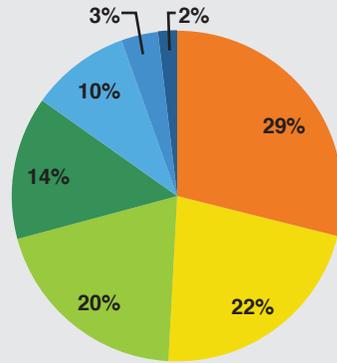
Se transmitieron más de 20 mil anuncios, equivalentes a 129 horas

19% de los anuncios fueron en formatos distintos al tradicional

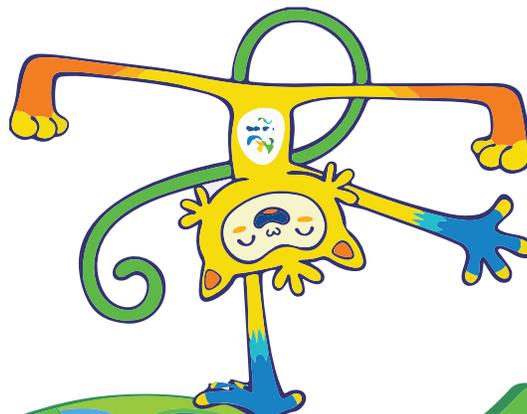


- Spot Regular
- Patrocinio
- Cápsula
- Cortinilla de Programa
- Avance de Programa

Los canales de TV de Paga sumaron el 56% de los anuncios



- Canal 22
- Claro Sports
- Fox Sports
- Mexiquense TV
- Una Voz con Todos
- ESPN 2
- Once TV México



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

Personas Alcanzadas:

- Personas sin duplicar que durante al menos un minuto sintonizaron el contenido
- Todos los cálculos fueron hechos para el target Personas 4+
 - Considera invitados

Perfil de Audiencia:

- % por grupo demográfico del total de personas alcanzadas sin duplicar

Heavy Viewers:

- Las personas en la ZMVM que sintonizaron las transmisiones de las competencias olímpicas
 - Vieron en promedio 9.66 eventos
 - Durante un promedio de 21.02 minutos (ATS - *Average Time Spent*)
- Los **heavy viewers** son las personas que sintonizaron competencias olímpicas por arriba del promedio, es decir, al menos en 10 ocasiones durante 21 minutos o más

Este documento contiene información privilegiada y/o confidencial de HR Ratings Media, S.A. de C.V. La información en él contenida es para el conocimiento y uso de la o las personas indicadas. Queda prohibido revelar, copiar y/o distribuir el contenido del mismo a terceras personas. Las opiniones expresadas en este documento no representan necesariamente la opinión de HR Ratings Media, S.A. de C.V.

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.

www.hrratings.media



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