

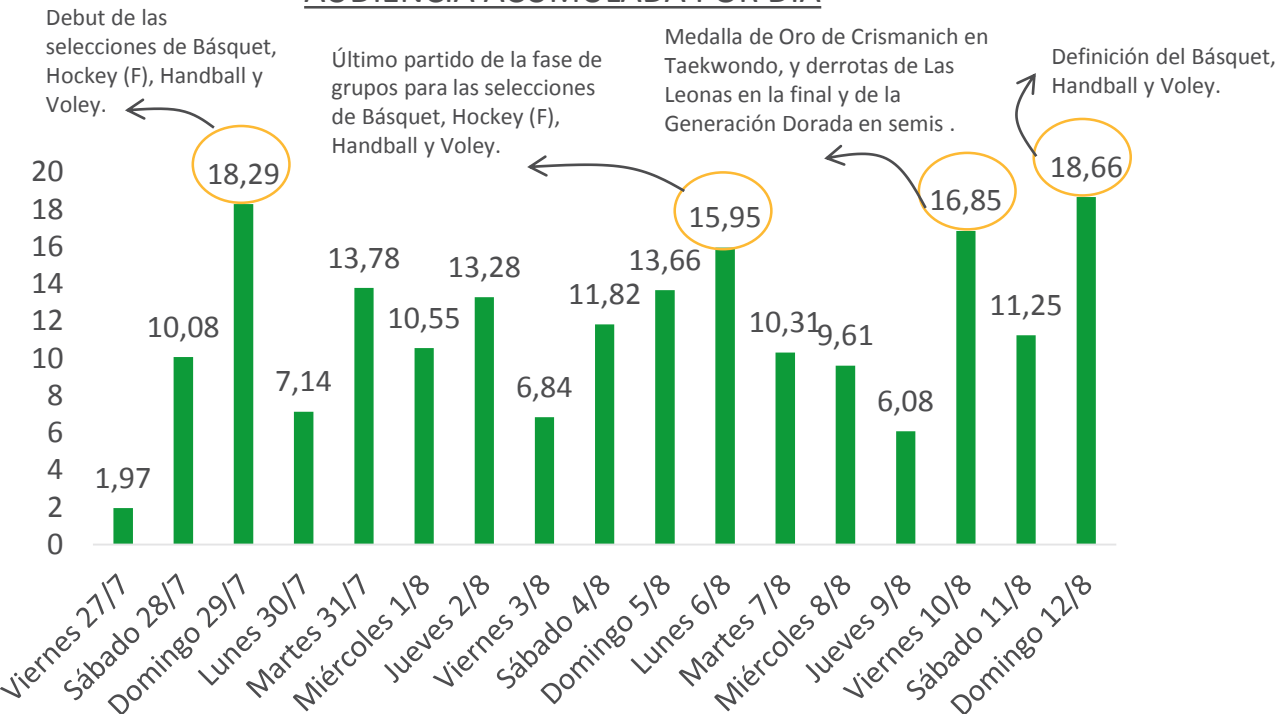
MEDIABITS MAYO 2016

N° 376

¿Cuánta gente vio por televisión los JJOO Londres 2012?

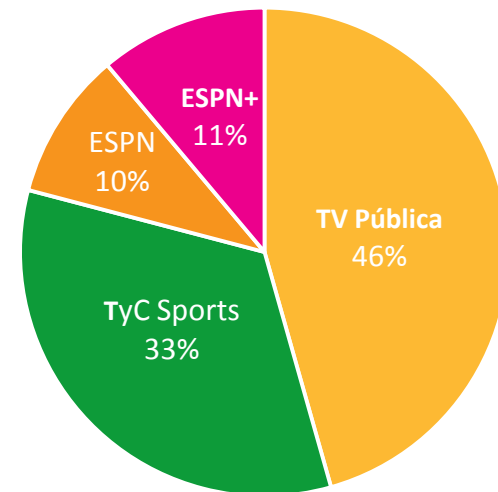


AUDIENCIA ACUMULADA POR DÍA



* Sumatoria de audiencia correspondiente a Canal 7 y TyC Sports.

DISTRIBUCIÓN DE LA AUDIENCIA (por canal)



■ Canal 7 ■ TyC Sports ■ ESPN ■ ESPN +

JJOO Londres 2012 fue televisado por ESPN, TyC Sports y la TV Pública.

Si bien ESPN y TyC Sports desplegaron mayor cobertura de los JJOO 2012, la audiencia se inclinó al canal de TV Abierta, TV Pública. Si analizamos el rating por día y tenemos en cuenta que la selección argentina de fútbol sub 20 quedó afuera de este evento vemos que la mayor audiencia coincidió con el debut y el final de competencia de la selección más representativa de la delegación argentina en Londres, la Generación Dorada (básquet). En los otros dos picos de audiencia, compitieron las selecciones de Básquet, Hockey (F), Handball y Voley; mientras que la medalla de oro que ganó Crismanich se sumó al éxito de los deportes colectivos.

Fuente: Kantar Ibope

Los seleccionaron los programas sobre los JJOO. En el caso de ESPN se selecciono por bloque horario.

El rating de TV tiene como base al total de individuos (GBA). Promedio Lunes a Domingo de 0 a 24 hs. Del 27/07/2012 al 12/08/2012.

¿Cuánta gente vio por televisión los JJOO Londres 2012?

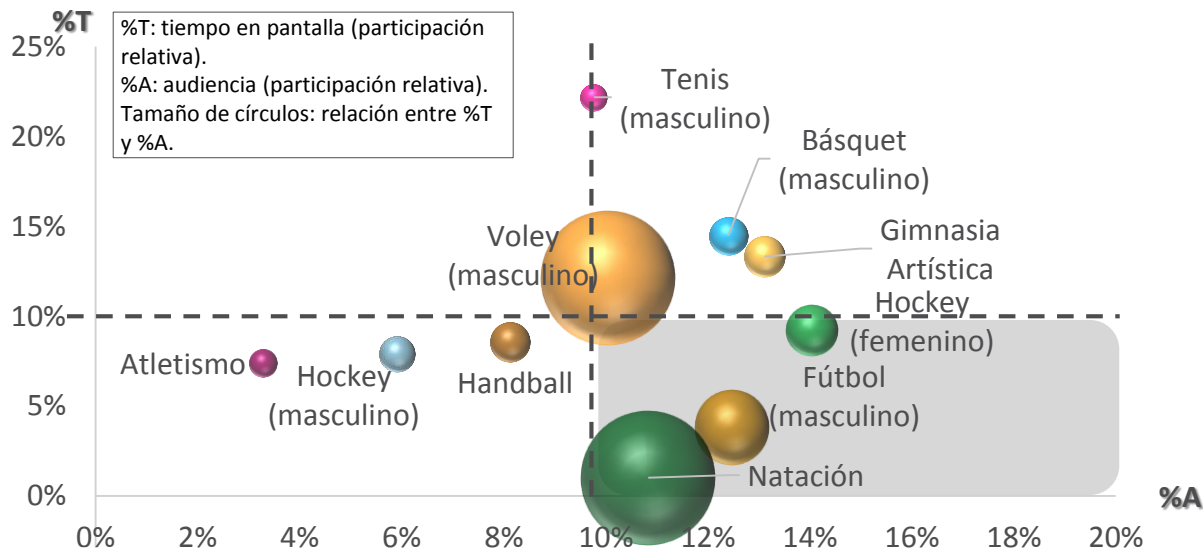


Los ratings más altos en cada señal fueron alcanzados tanto por “Las Leonas” (medalla de plata) y Crismanich en **Taekwondo** (medalla dorada).

TOP 10 PROGRAMAS

TV PÚBLICA		TYC SPORTS	
EVENTO	RATING	EVENTO	RATING
Crismanich vs. García Hemme (Taekwondo)	4.65	Argentina vs. Australia (Hockey Femenino)	2.68
Argentina vs. Lituania (Básquet)	3.94	Argentina vs. Sudáfrica (Hockey Femenino)	2.66
Argentina vs. Alemania (Hockey Femenino)	3.87	Federer vs Murray (Tenis)	2.61
Argentina vs. Estados Unidos (Básquet/semifinal)	3.52	Argentina vs. Lituania (Básquet)	2.52
Gimnasia Artística	3.15	Argentina vs. Estados Unidos (Básquet 1ra. ronda)	2.42
Argentina vs. Bulgaria (Voley)	2.98	Crismanich vs. García Hemme (Taekwondo)	2.38
Argentina vs. Australia (Hockey Femenino)	2.91	Argentina vs. Bulgaria (Voley)	2.35
Senegal vs Uruguay (Fútbol)	2.86	Argentina vs. Estados Unidos (Básquet/semifinal)	2.31
Argentina vs. Francia (Handball)	2.78	Argentina vs. Holanda (Hockey Femenino)	2.04
Gimnasia Artística	2.69	Argentina vs. Australia (Voley)	2.04

TIEMPO EN PANTALLA vs. AUDIENCIA



En términos televisivos, **Natación, Fútbol y Hockey Femenino** fueron las especialidades que mejor rindieron ya estuvieron por debajo del tiempo promedio en pantalla y por encima de la audiencia promedio. En el caso del Tenis, Voley, Básquet y Gimnasia Artística, se posicionaron por encima de la audiencia promedio gracias a la exposición en pantalla. Mientras que Handball, Atletismo y Hockey Masculino no fueron atractivos para los televidentes ni para la televisación.

Fuente: Kantar Ibope

Los seleccionaron los programas sobre los JJOO.

El rating de TV tiene como base al total de individuos (GBA). Promedio Lunes a Domingo de 0 a 24 hs. Del 27/07/2012 al 12/08/2012.

¿Quiénes vieron los últimos JJOO Londres 2012?



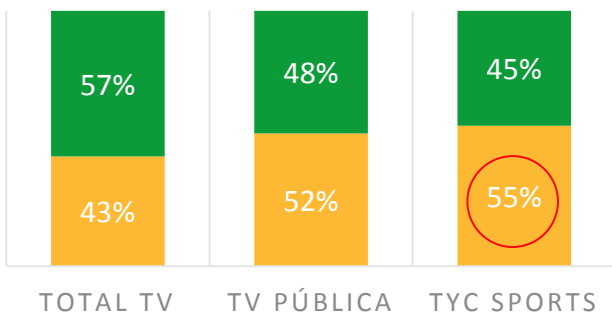
Tanto en la TV Pública como en TyC Sports el evento fue mayormente visto por **hombres**, en TyC Sports con mayor concentración.

Los niveles socioeconómicos **alto y medio prefirieron más la señal de TV paga**, mientras que la TV Pública captó un público masivo.

En cuanto a las edades, por **TyC Sports** se concentro una audiencia de entre **20 y 54 años** y la **TV Pública** tuvo alta fidelidad en televidentes **mayores a 55 años**.

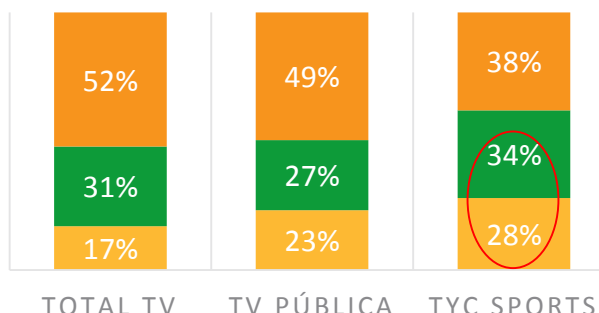
SEXO

Masculino Femenino



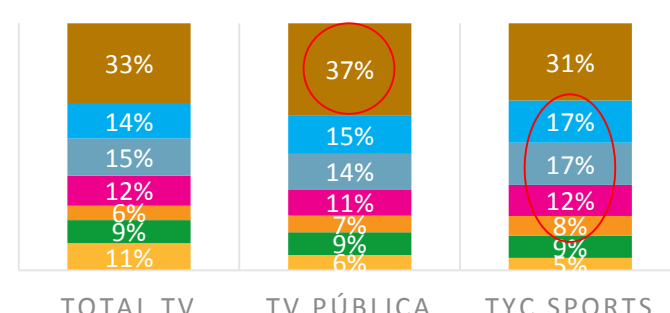
NSE

Alto Medio Bajo



RANGO DE EDAD

4-12 13-19 20-24 25-34 35-44 45-54 55+



En términos de **fidelidad*** las competencias más vistas en la **TV Pública** fueron: el **partido inaugural de Hockey masculino** (Australia-Sudáfrica, 50%) y el partido de **“Las Leonas” contra Alemania** (46%).

En **TyC Sports** las disciplinas más vistas fueron: el primer partido de **Handball masculino** (Islandia-Argentina, 47%) y la final de **tenis individual entre Roger Federer y Andy Murray** (47%).

Terra fue el sitio que transmitió por steaming los JJOO Londres 2012. Tuvo 36 canales simultáneos y transmisiones HD.**



Fuente: Kantar Ibope
 Los seleccionaron los programas sobre los JJOO.
 El rating de TV tiene como base al total de individuos (GBA). Del 27/07/2012 al 12/08/2012.

*Fidelidad: % de tiempo de visionado de un programa. Se descartaron los programas menores a 30 minutos de duración y programas emitidos después de las 00hs.
 **<http://www.latinspots.com/site/sp/nota/detalle/27446/Terra-super-1.5-millones-de-views-en-la-primera-semana-de-los-Juegos-Olimpicos-Londres-2012>



¿Cómo fueron los últimos JJOO en términos de inversión publicitaria?

La inversión publicitaria durante los últimos JJOO se concentró en ESPN (74%).

Los canales que transmitieron los JJOO 2012 fueron la TV Pública, ESPN y TyC Spots. Del total de la inversión publicitaria asociada a la programación de este evento, un **74% provino de ESPN**, 15% de TV Pública y 11% de TyC Sports.

Durante los días que duro el evento **la TV Pública suspendió gran parte de su programación habitual para transmitir las diferentes competencias**, le destino un **59% de sus horas diarias a los JJOO** (14 horas diarias en promedio). **TyC Sports dedico un 81%** de sus horas a la competencia (19 horas diarias en promedio). ESPN no cuenta con auditoria de su programación pero tuvo cobertura las 24hs del evento.

10 sectores concentraron el 80% de la inversión publicitaria del evento. **Bancos y Finanzas** fue el sector líder con el 14% del SOI, los anunciantes que más invirtieron fueron: **Banco de La Nación** en la TV Pública y **Citibank** en ESPN.

El sector **Higiene y Belleza** obtuvo el 11% y fue principalmente **Procter & Gamble** (sponsor oficial de los JJOO) concentrando en ESPN el 97% de su pauta televisiva. El tercer puesto es de **Medios** y el 82% corresponde al anunciante ESPN Sur (señal “ESPN +” o “ESPN 2”).

Rkg.	SECTOR	SOI
1	BANCOS Y FINANZAS	14%
2	HIGIENE Y BELLEZA	11%
3	MEDIOS	10%
4	ALIMENTACION	9%
5	AUTOMOTRIZ	7%
6	BEBIDAS ALCOHOLICAS	7%
7	BEBIDAS SIN ALCOHOL	7%
8	IND FARMACEUTICA	5%
9	COMUNICACIONES	5%
10	JUEGOS DE AZAR	3%
	TOTAL	79%

Rkg.	ANUNCIANTE (sin medios)	SOI
1	PROCTER & GAMBLE	8%
2	BAYER	4%
3	STANI SA CADBURY	3%
4	FECOVITA COOP LTDA	3%
5	BAGGIO SA	3%
6	BCO DE LA NACION ARG	3%
7	ARCOR	3%
8	PEÑAFLORES	3%
9	COCA COLA	2%
10	CITIBANK	2%
	TOTAL	33%

Fox Spots, TyC Sports, ESPN y la TV Pública son la señales que transmitirán el evento este año, que comenzará el 5 de agosto.

¡ENTRE EL 05 Y EL 21 DE AGOSTO DE 2016



SE DAN CITA EN LOS **PRIMEROS JUEGOS CELEBRADOS**



EN 17 DÍAS

SE DISPUTARÁN



PRUEBAS CON MEDALLAS



Golf y Rugby, disciplinas que vuelven a los JJOO.



Fox Sports y ESPN van a transmitir en sus señales de TV Paga y vía *steaming* en sus plataformas online la competencia*.



Fuente: <https://www.rio2016.com/es>

*<http://www.foxsports.com.mx/news/139562-fox-sports-transmitira-sochi-2014-y-rio-2016>

La información sobre ESPN fue consultada vía email.

¿Quiénes son los Sponsors oficiales de los JJOO Rio 2016?



Comité Olímpico Internacional






Comité Olímpico Argentino



Patrocinadores oficiales



