



MUNDIAL DE CLUBES

JULIO 2025

LA MAYOR ATRACCIÓN FUE GENERADA POR LOS LOCALES BOCA Y RIVER

Tanto el rat% como el volumen de menciones publicitarias tuvo sus picos durante los partidos de los populares Boca y River, lo que destaca la pasión nacional en los eventos deportivos internacionales.

El interés estuvo puesto más en la competencia de Boca y River que en instancias más avanzadas del torneo.

EL TORNEO FUE VISTO EN COMPAÑÍA E IMPULSÓ LA CONVERSACIÓN SOCIAL

El alcance del evento fue de más de 6,5 millones de personas de 20+. A su vez, el 34% del tiempo visto de partidos fue junto a una o más personas.

La conversación social superó las 26k de menciones y mostró una competencia interna: el engagement de Boca (61%) superó al de River (39%).

LA AUDIENCIA DE LOS POST-PARTIDOS FUE SUPERIOR A LAS PREVIAS

Las emisiones inmediatamente posteriores a los partidos promediaron 7,6 pts, por encima del promedio de las previas (5,0 pts).

El post partido más destacado fue el que siguió a Boca vs Benfica con 14,3 pts de Rat%.

APUESTAS ONLINE Y RETAILERS FUERON LOS SEGMENTOS DE MAYOR COMUNICACIÓN

Dentro del top 10 se ubicaron 3 casas de apuestas: Betano, Betwarrior y Bplay. Además de ser las principales en GRPs, contaron con un total de 480 avisos.

Mercado Libre y Pedidos Ya también se ubicaron entre los principales anunciantes.

Entre los formatos publicitarios dominaron las “Ventanas” y las “Menciones Film en Artística”

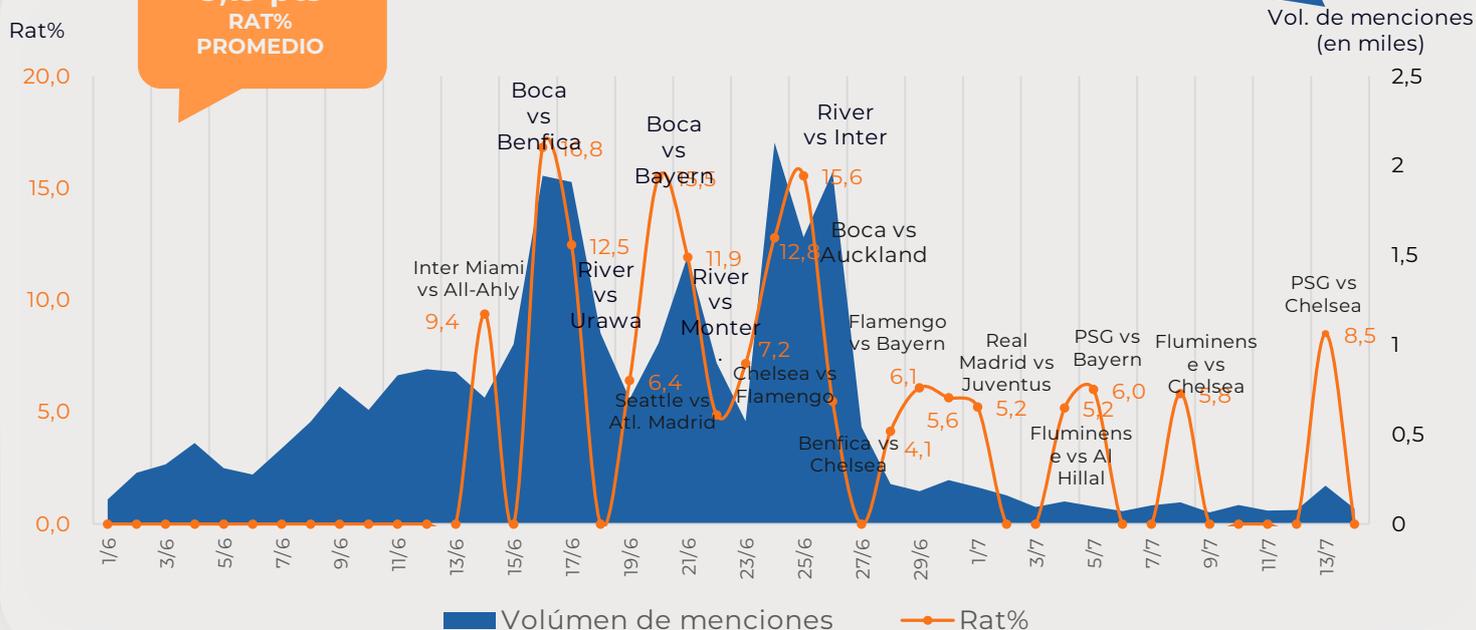


MUNDIAL DE CLUBES EN NÚMEROS

LA AUDIENCIA Y LA INTERACCIÓN EN TORNO AL MUNDIAL DE CLUBES

26,5 K MENCIONES TOTALES
6,1 K AUTORES ÚNICOS

8,19 pts
RAT%
PROMEDIO



PRINCIPALES DATOS DE LA AUDIENCIA DE TV

34%

Del tiempo de partidos fue visto en **compañía**

7,6 pts

Fue el **rat%** promedio de **todos los posts**, que superó a las previas

6,6 M

Fueron las **personas de 20+** que vieron algún momento del evento

72,2

Minutos vistos promedio entre aquellos que vieron el Mundial

BOCA GENERÓ MÁS INTERACCIONES QUE RIVER DURANTE EL TORNEO

Boca...

River...

Engagement Score

ACTIVIDAD DE LAS MARCAS EN LOS PARTIDOS EN VIVO

TOP 10	GRPs	Cov%	OTS
BETANO	2.426	56,1	43,2
MERCADO LIBRE	1.730	56,0	30,8
TELEFE	1.019	48,1	21,1
FRAVEGA	854	54,5	15,6
BET WARRIOR	732	52,2	14,0
BPLAY	652	53,0	12,3
QUILMES	592	52,9	11,2
ALEPH	555	50,3	11,0
PEDIDOS YA	520	52,8	9,8
HISENSE	442	47,1	9,4

MÉTRICAS DE TV

FUENTE: KANTAR IBOPE MEDIA – Instar Target Personas 20+ en Capital y GBA.

Rat%: Proporción de minutos vistos por un target sobre el total de minutos posibles de mirar entre todas las personas

Coview%: Proporción del tiempo visto por un target de un programa en compañía de una o más personas

Cov%: Número de personas distintas que contactan con el soporte o programa, aunque sea un minuto, expresado en porcentaje

Cov#: Número de personas distintas que contactan con el soporte o programa, aunque sea un minuto, expresado en miles

ATS: Promedio de minutos vistos por persona, entre las personas expuestas al evento analizado

SOCIAL LISTENING

FUENTE: BRANDWATCH – CONSUMER RESEARCH Para datos de Conversación social

Para el armado de la query “Mundial de clubes” se consideran palabras asociadas al Mundial, Boca y River. Dejando por fuera las publicaciones de sitios informativos para evitar el “ruido” de noticias y concentrarse en posteos más orgánicos.

Query: ("Copa Mundial de Clubes de la FIFA" OR "Mundial de Clubes" OR "Club World Cup" OR "FIFA Club World Cup" OR "Mundial" OR "Mundial FIFA" OR #MundialDeClubes OR #ClubWorldCup OR #FIFAClubWorldCup) OR (("Boca Juniors" OR "Boca" OR "Xeneizes" OR #Boca OR #VamosBoca OR "River Plate" OR "River" OR "Millonarios" OR #River OR #VamosRiver) NEAR/10 "Mundial") AND NOT (site:infobae.com OR site:tycsports.com OR site:ole.com.ar OR site:clarin.com OR site:lanacion.com.ar OR site:espn.com OR site:marca.com OR site:as.com OR site:foxsports.com OR site:cnn.com OR site:bbc.com OR site:sitioandino.com.ar OR site:cienradios.com OR site:lavoz.com.ar OR site:eldestapeweb.com)

Engagement Score: Considera la suma de Shares, Likes, Comments, Replies, Repost de las redes sociales Facebook, Reddit, X (Twitter), LinkedIn e Instagram según corresponda.



MUCHAS GRACIAS